

# Audacieuses

*le défi d'être soi*

**Prêtes  
à passer à  
l'action!**

**Chirurgie esthétique :  
la quête d'une beauté...  
stéréotypée**

**Le plaisir ? J'en mange !  
Image virtuelle à vendre**

**L'image fêlée**  
**Comment expliquer  
le manque d'estime  
généralisé chez les femmes?**

# ÉDITORIAL

*Lise Lamontagne pour l'équipe du Réseau québécois d'action pour la santé des femmes*

Je suis une femme. Je suis comme tout le monde ; ni tout à fait belle, ni tout à fait mince, ni tout à fait jeune. Je regarde la télé, je feuillette les magazines et j'observe l'image des femmes : à qui appartient ce beau corps jeune, lisse, bronzé et mince ? Certainement pas à moi ! Je vous l'ai dit : je suis comme tout le monde.

Dans les boutiques, il m'arrive fréquemment d'essayer un vêtement X-large et qu'il soit trop petit. Les vendeuses le confirment, la taille des vêtements rapetisse. Et la population nord-américaine grossit. Comment se fait-il que l'industrie du vêtement ne s'ajuste pas à la clientèle ?

Au contraire, on fait la chasse aux kilos. Plusieurs d'entre nous ont essayé des régimes alimentaires, peu ont réussi à perdre et à maintenir le poids idéalisé. On a beau afficher sur notre frigo notre modèle à atteindre, les régimes ne permettent pas de

maigrir là où on le désire, de perdre la culotte de cheval ou le double menton hérité de matante Mado. Ils ne sculptent pas le corps. Qu'à cela ne tienne, on essaiera pendant un mois ou deux les exercices pour fessiers et abdominaux et puis on s'abandonnera aux téléromans en se disant qu'on manque de volonté. Ô combien d'efforts pour faire disparaître ce petit bedon où se sont nichés mes petits !

Et puis certains signes ne s'effacent tout simplement pas : quelques rides, des petits bouts de peau qui ramollissent, des marques de cellulite qui apparaissent... c'est le temps qui passe. Les produits cosmétiques proposent des cures de rajeunissement et de raffermissement qui sont bien tentants pour celles qui vieillissent. Pour les plus impatientes, il y a aussi les chirurgies esthétiques : liposuction, augmentation mammaire, lifting, etc. La technologie moderne permet de corriger, semble-t-il, le moindre « travers cor-

porel ». Mais il n'en demeure pas moins qu'on ne redevient pas jeune, mince et belle pour autant. Et quel périple périlleux pour la santé !

Cette course folle ne fonctionne tout simplement pas. La réalité c'est que 95 % des femmes ne correspondent pas aux standards proposés. Cet échec à se conformer crée non seulement un perpétuel sentiment d'inadéquation et d'impuissance, mais atteint aussi l'estime de soi. Pourquoi la beauté ne pourrait-elle pas rimer avec diversité ? Pourquoi n'y aurait-il pas plus de place pour les beautés grandes et petites, jeunes et vieilles, minces et rondes, blondes, brunes ou grises ?

Certaines femmes audacieuses ont décidé de ne plus courir après les normes et d'être désormais à l'image de ce dont elles ont envie. Tout un défi, direz-vous, mais elles ne sont pas seules. De plus en plus de femmes se regroupent et

refusent de jouer le jeu de cette pression sociale. Elles font preuve d'imagination et de solidarité pour agir contre les stéréotypes que l'on nous impose. Des exemples ? En voici : développer des fiches pédagogiques, laisser les régimes et avoir du plaisir à manger, offrir des ateliers pour les jeunes, organiser une discussion avec l'entourage, oser porter ses cheveux blancs, promouvoir l'éducation aux médias, remettre des prix *Méritas*, se sensibiliser par rapport au sexisme, etc.

Pour être soi, le défi est peut-être finalement de passer à l'action, de sortir de l'isolement et de la compétition dans laquelle les standards de beauté nous entraînent trop souvent. Plus nous serons nombreuses à oser, plus nos actions, par petites touches patientes, vont permettre de changer les mentalités et les pratiques.

*Audacieuse ?  
Pourquoi pas ! Et vous ?*

# SOMMAIRE

## 5 *La mode de l'heure*

Des belles de Rubens, de Marilyn à Pamela, la silhouette féminine ne cesse d'évoluer depuis de nombreux millénaires au gré des modes, et surtout du statut que la femme occupe à une époque donnée.

## 9 *L'image fêlée: dossier Estime de soi*

Voyons comment on parvient peu à peu à faire corps avec ce que l'on est dans un monde obsédé par les apparences.

## 17 *Chirurgie esthétique: la quête d'une beauté...stéréotypée*

Au Québec, il n'existe aucun registre public des complications ni statistiques officielles en cette matière, puisque les cas ne sont pas rapportés.

## 20 *J'ai deux corps*

«Miroir, miroir, dis-moi, qui est la plus belle?»

## 21 *Le plaisir? J'en mange!*

## 23 *Image virtuelle à vendre*

Malgré ce qu'en disent bien des faiseurs d'images, le modèle stéréotypé sans défaut qu'ils proposent, ne correspond pas à la moyenne des consommatrices de shampoings, de crèmes de beauté et de jeans.

## 27 *Maigrir? Mais pourquoi? Et à quel prix?*

...le gain de poids! Voilà une situation qui non seulement profite au marché de la beauté et de l'amaigrissement, mais qui représente aussi une menace à la santé et au bien-être des femmes de tous âges.



## 35 *Le dénigrement qui mine*

L'image corporelle de la femme la rend vulnérable aux commentaires, aux critiques, au dénigrement.

## 39 *Paroles d'hommes*

Les médias nous disent que pour plaire aux hommes, il faut être mince, rester jeune. Mais qu'en disent les hommes?

## 43 *La beauté... mais à quel prix?*

La quête de la beauté est devenue une industrie de plusieurs milliards de dollars tant au Canada qu'aux États-Unis. Voici quelques informations intéressantes à ce sujet.



*Carole Thériault*  
**Carole Thériault**  
Ministre de la Famille, des Aînés  
et de la Condition féminine

En tant que ministre de la Famille, des Aînés et de la Condition féminine, je tiens à féliciter le Réseau québécois d'action pour la santé des femmes de cette initiative remarquable visant à sensibiliser la population à l'importance de contrer les stéréotypes liés à l'image corporelle des femmes.

Alors que nous travaillons à l'atteinte de l'égalité, je suis préoccupée par l'image féminine qui est présentée dans notre société. J'invite chacun et chacune d'entre vous à relever le défi pour faire en sorte que soient modifiés les standards de beauté véhiculés principalement par la publicité et l'industrie de la mode. Nous devons refuser l'imposition de standards qui mettent en péril la santé des jeunes filles et des femmes.

Ensemble, agissons pour l'acceptation de ce que nous sommes en valorisant la diversité physique et construisons sur des valeurs de respect et d'égalité.

Famille, Aînés  
et Condition féminine  
**Québec** 

# Audacieuses, passez à l'action !



**Nous ressentons de plus en plus la pression sociale pour le remodelage de notre corps afin de correspondre aux « standards de beauté » véhiculés principalement par la publicité, l'industrie de la mode, de la beauté et le milieu artistique.**

*Que faire devant ce phénomène qui prend une ampleur inquiétante et soulève des enjeux sociaux et des risques réels pour la santé physique et psychologique ?*

**Notre défi est de passer à l'action, de sortir de l'isolement et de la compétition vers lesquels l'image corporelle dominante nous entraîne trop souvent.**

*C'est pourquoi le Réseau québécois d'action pour la santé des femmes lance cet appel à l'action ; nous vous invitons à mettre de l'avant des actions dans votre milieu, dans une démarche de valorisation de la diversité des images corporelles.*

*Pour collectiviser ces actions, vous pourrez témoigner de vos stratégies individuelles ou collectives pour résister aux stéréotypes de beauté en complétant le formulaire d'inscription sur le site [www.rqasf.qc.ca](http://www.rqasf.qc.ca), dans le dossier Image corporelle. Vous serez ainsi informées des différentes initiatives développées à travers le Québec.*

*Nous savons que nous ne pouvons espérer de changements sans la mobilisation des femmes, des groupes de femmes et de la population. Plus nous serons nombreuses à poser des gestes, plus nos actions vont permettre de changer les mentalités et les pratiques.*

Le RQASF est fier de s'associer au magazine Châtelaine pour la diffusion de son guide d'action. Non seulement Châtelaine partage-t-il les préoccupations du RQASF sur la question de l'image corporelle des femmes, mais en plus il n'a pas hésité, il y a trois ans déjà, à prendre l'engagement ferme de ne jamais retoucher les photos de personnes dans le magazine, y compris les mannequins ou vedettes en page couverture ; et à ne jamais utiliser de mannequins de moins de 25 ans pour leurs pages de mode ou leurs pages couvertures.



# LA MODE DE L'HEURE

Pascale Guéricolas

Qu'elle soit en forme de poire, de sablier, d'asperge, de tonneau, la silhouette féminine ne cesse d'évoluer depuis de nombreux millénaires au gré des modes, et surtout du statut que la femme occupe à une époque donnée.

**Déjà les Égyptiennes recourent aux cosmétiques 2500 ans avant Jésus-Christ, tandis que les Crétoises à la même période portent des dessous ressemblant un peu au corset. Ce dernier connaîtra d'ailleurs un règne florissant au moins six siècles durant, étranglant telle partie du corps, comprimant telle autre, rembourrant une troisième pour modeler la femme selon les fantasmes de l'heure. Bref, la recherche de la beauté idéale n'a rien d'une quête nouvelle pour la gente féminine si l'on jette un rapide coup d'œil en arrière.**

Depuis l'Antiquité, les médecins ont tendance à considérer les femmes comme des mâles manqués puisqu'elles ne possèderaient aucun organe en propre, mais seulement de pâles répliques. Dans son traité *Des maladies des femmes*, 400 ans

avant Jésus-Christ, Hippocrate, le célèbre praticien grec décrit le corps féminin comme fait « d'une chair plus lâche et plus molle que l'homme ». Éternelle enfant, cette femme devra donc être protégée tout au long de sa vie, et ne pourra exercer son libre arbitre. Au XVIII<sup>e</sup> siècle, le discours médical change, mais les préjugés demeurent. Il s'agit alors au contraire d'établir des différences physiologiques très claires entre les deux sexes. Les anatomistes considèrent, par exemple, le crâne féminin plus petit tandis que le bassin féminin serait beaucoup plus large. Ils ne voient donc le corps féminin que sous l'angle de la maternité

## Les belles de Rubens

En fait, cet idéal d'une femme plantureuse, capable d'enfanter une

nombreuse marmaille s'affiche dès le XVI<sup>e</sup> siècle sur les murs des châteaux et des palais. Les toiles des grands maîtres jouent alors le rôle de panneaux publicitaires du temps. Le peintre flamand Rubens met à la mode des beautés souvent obèses à nos yeux, peut-être pour mieux souligner l'opulence des Pays-Bas après cinquante ans de guerres civiles et religieuses. L'Italie, elle aussi puissante et riche, lui emboîte le pas alors que l'embonpoint témoigne de la fortune des oisifs, libres de s'adonner aux plaisirs de la table et débarrassés des tâches physiques. Selon les canons en vogue à cette époque, la femme idéale possède des hanches plus larges que les épaules, afin notamment de souligner la finesse de sa taille surmontée d'un fort buste, comme le rappelle Philippe Perrot dans son livre intitulé *Le travail*

*des apparences ou les transformations du corps féminin au XVIII<sup>e</sup> - XIX<sup>e</sup> siècles*. Pour parvenir à se conformer à cette mode, les femmes doivent porter une véritable armature, soit un corset.

## Le corset, tout un art

La description de ces corsets faits en toile piquée, en bois, en laiton, en fer, en argent, selon l'époque et les moyens financiers de sa propriétaire, fait parfois frémir. Entre le vertugadin qui fait bouffer la jupe, la basquine qui étrangle la taille en faisant saillir des seins toujours prêts





à s'échapper du corsage et l'utilisation de paniers de plusieurs mètres de circonférence pour donner des hanches démesurées, la silhouette semble enfermée dans une véritable prison. La mode d'alors se moque bien des côtes brisées ou des évanouissements à répétition des dames de la noblesse, en mettant l'accent, pendant plusieurs siècles, sur l'opulence des hanches et des seins. Ils sont autant de signes triomphants de la maternité.

Selon l'ethnologue Suzanne Marchand, il existe un lien indéniable entre la mode vestimentaire et le degré d'autonomie des femmes. «Au cours de l'histoire occidentale, les rares périodes où l'idéal de beauté correspondait assez fidèlement aux proportions naturelles du corps féminin semblent aller de pair avec une participation active des femmes à la vie sexuelle et politique» explique-t-elle. «Le respect des lignes naturelles du corps traduit l'aspiration à un monde idéal et égalitaire», remarque l'ethnologue.



**un pas de plus**

***Vous aimeriez des vitrines qui présentent des mannequins de toutes les tailles, vous voulez plus de choix de styles de vêtements, comme des camisoles à bretelles larges à la boutique préférée de votre fille ? Pourquoi ne pas adresser vos demandes par écrit directement aux personnes responsables ? Vous trouverez la procédure à suivre et un modèle de lettre sur le site Internet du Réseau québécois d'action pour la santé des femmes, au [www.rqasf.qc.ca](http://www.rqasf.qc.ca).***

Voir la section  
**Ressources à connaître**

**Sept siècles avant Jésus-Christ**, la femme porte une tunique drapée qui ne contraint pas ses formes et s'attache plutôt à dissimuler ses seins. À cette époque, les courtisanes prenaient part aux discussions des philosophes.

**Vers 1780**, lors de la période révolutionnaire en France, les citoyennes sur les barricades ne portent plus qu'un petit corset passé sur leur chemise.

**Vers 1830**, les jupes s'élargissent à nouveau avec le port de la crinoline et de faux-culs, la taille de guêpe s'impose grâce à l'usage de corsets lacés très fermement et même à l'ablation de quelques côtes pour les plus coquettes.

**En 1917**, l'industrie de guerre américaine lance un appel aux Américaines pour qu'elles renoncent à acheter des corsets à baleine d'acier afin de récupérer ce métal. 28 000 tonnes d'acier seront ainsi économisées, de quoi construire deux navires de guerre!



## L'arrivée de la minceur

Il faut attendre les années folles au lendemain de la Première Guerre mondiale pour que les normes en matière d'image corporelle féminine changent radicalement, grâce notamment à l'abandon du corset. L'usage de ce lourd appareillage ne convient plus à des femmes qui doivent remplacer à l'usine ou aux champs les hommes partis se battre.



Ce changement de formes féminines a bien sûr des répercussions immédiates sur le vêtement. L'historienne de la mode, Catherine Ormen, raconte que ainsi débarrassée du corset, la silhouette de la femme devient tubulaire et que « la haute couture impose la ligne tonneau en 1916 qui dissimule les rondeurs ». Peu à peu, les couturiers dévoilent des parties du corps jamais montrées, la cheville en 1916, et même le mollet dès 1918.

## La mode et les mœurs

Dans son passionnant essai *Rouge à lèvres et pantalon* publié aux éditions Hurtubise HMH, Suzanne Marchand raconte comment au Québec l'industrialisation et l'arrivée des premiers magazines féminins, ainsi que celle des vedettes féminines des films américains contribuent à la mise en place d'une nouvelle norme esthétique. Désormais, il faut être mince et non plus

bien enrobée. « C'est prouver qu'on peut s'offrir des aliments plus fins (poissons, légumes verts, fruits) moins caloriques et surtout plus chers, précise l'ethnologue. C'est aussi démontrer qu'on dispose de moyens nécessaires pour consacrer une partie de son temps à l'exercice physique. En somme au XX<sup>e</sup> siècle, la minceur est un luxe qui symbolise le prestige social. »

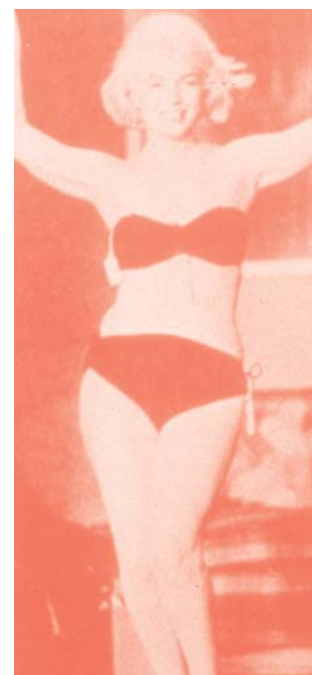
Lyne Mongeau, conseillère scientifique à l'unité des habitudes de vie de l'Institut national de santé publique du Québec, abonde dans le même sens, elle qui a récemment tracé un portrait de l'évolution des

régimes alimentaires pour rédiger sa thèse de doctorat portant sur le programme *Choisir de maigrir* qu'elle a fondé. La chercheuse a ainsi constaté que certains médecins suggèrent aux femmes de moins manger dès le XVIII<sup>e</sup> siècle, mais que ce diktat alimentaire devient véritablement une norme au XX<sup>e</sup> siècle. À la même époque, les femmes consultent régulièrement leur gynécologue. « L'abandon du corset joue aussi un rôle pour atteindre cet idéal de minceur », explique-t-elle. « Les femmes tentent en effet de modifier de l'intérieur un corps aux formes soulignées par le vêtement. D'autant plus que les préférences

des couturiers et des designers ne vont pas nécessairement vers les rondeurs. »

## De Marilyn à Pamela

La suite plus récente, on la connaît. Le retour des femmes aux poitrines proéminentes dans les années 50 comme Marilyn Monroe, Jane Mansfield, les *Bunnies*, souvent vêtues de bustiers et de guêpières marquant leur taille.



**Diane adore les vêtements de la boutique *Soyez vous-mêmes* qui n'offre que les tailles de 12 ans et moins. Lorsqu'elle s'arrête pour voir les nouveautés, elle n'hésite pas à dire à la propriétaire qu'elle aurait avantage à offrir de plus grandes tailles. Elle et plusieurs de ses amies seraient des clientes assurées. Si plus de femmes faisaient comme Diane, parions que les choses changeraient.**

L'aube des années 70 et le mouvement hippie, voient les femmes se débarrasser des gaines et soutiens-gorge pour afficher librement leur silhouette. Bienvenue maintenant dans le troisième millénaire, où

la courbe en S a la cote. Une femme élancée et mince arbore une poitrine et des fesses plantureuses. Un idéal bien difficile à atteindre, même avec la meilleure volonté sportive, ce qui ouvre la porte à la

chirurgie esthétique. «Autrefois les femmes portaient des corsets, aujourd'hui elles se font opérer» conclut Suzanne Marchand un peu tristement. ●

Après le Botox, la liposuction, la pose d'implants, etc., pouvons-nous même imaginer à quoi les femmes devront se soumettre pour correspondre aux critères de beauté définis par l'industrie?

Les illustrations de ce dossier proviennent du Programme d'animation en santé et sexualité pour adolescentes et adolescents du Centre de santé des femmes de l'Estrie.



### **un pas de plus**

***Vous aimeriez échanger sur l'image du corps de la femme dans la société? Profitez d'une prochaine rencontre entre amies pour lancer la discussion.***

Le comité jeunes femmes du Centre Femmes d'aujourd'hui prépare justement un outil de sensibilisation sur la question. Il s'agit d'un jeu questionnaire abordant trois thèmes : évolution des critères de beauté féminine, omniprésence de l'industrie de la beauté et solutions à envisager.

Voir la section **Ressources à connaître**

## **Quiz** **(vrai ou faux)**

**Plus la mode dévêt le corps, plus les exigences face aux corps sont importantes.**

### **VRAI**

*Le corps qui ressemble à celui des mannequins devient la norme. Lorsqu'on se déshabille, il est facile de voir ses différences comme des imperfections.*

La version intégrale du jeu-questionnaire *Qui crée l'oppression face à l'image corporelle?* de la Table communautaire intersectorielle en santé des femmes et dépistage du cancer du sein de Relais-femmes est disponible sur le site du Réseau québécois d'action pour la santé des femmes.

Voir la section **Ressources à connaître**

***Mélanie adore les foulards très colorés qu'elle porte dans ses cheveux ou sur ses hanches. Tendance ou pas, elle se sent très bien dans son style bohème et ça se perçoit par l'impression de bien-être qu'elle dégage.***



# L'IMAGE FÊLÉE

De l'enfance jusqu'à la vieillesse, de la crème hydratante jusqu'à la chirurgie, les femmes investissent – et s'investissent – toujours davantage dans leur image. Pourtant, elles s'aiment encore si peu et si mal. Comment expliquer ce manque d'estime généralisé chez les femmes? Voyons ce que signifie l'estime de soi, comment elle se construit et se déconstruit. Et voyons comment on parvient peu à peu à faire corps avec ce que l'on est dans un monde obsédé par les apparences.

*Nul ne peut être heureux s'il ne jouit de sa propre estime.  
(Rousseau)*

## ***L'inaccessible étoile***

Vouloir paraître à son avantage n'est pas un crime. Se faire jolie, se maquiller un brin, étrenner un vêtement neuf, étonner, c'est agréable! Mais la vie n'est pas un concours de beauté. Or, beaucoup de filles se sentent jugées sur leur allure. Le modèle de Miss Univers correspondrait en réalité à une femme sur 500 pour la silhouette et une sur 40 000 pour le *look*. On peut donc imaginer le nombre de femmes qui se sentent inadéquates. «La cause est clairement sociale: le modèle est inaccessible», clame Danielle Bourque, auteure du best-seller *À*

*10 kilos du bonheur*. Pas étonnant que la plupart des femmes détestent leur reflet dans le miroir, poursuit la spécialiste de l'image corporelle. «Le modèle qu'on leur propose n'a rien à voir avec leur corps. Le top model 2005 ressemble à un jeune homme qui s'est fait greffer des seins!» La silhouette féminine naturelle, cuisses rondes et ventre un peu bombé, est passée de mode. Les belles d'aujourd'hui ont les hanches étroites, les jambes musclées, les épaules carrées, sans un gramme de gras. Et elles font retoucher leurs photos.

«Pire encore, il n'y a plus d'âge pour rechercher la perfection physique, ajoute Christine Corbeil, directrice de l'Institut de recherches et d'études féministes à l'UQAM. Ça va de 7 à 77 ans.» À la grossesse et à la ménopause, les femmes sentent encore les regards peser sur leur corps qui change. Le corps n'est plus respecté pour ce qu'il est. Il doit toujours être en devenir, rajeunissant et illusoire. Et les Québécoises vivent de plus en plus longtemps.

Ces modèles impossibles à atteindre, touchent les femmes dans leur estime d'elles-mêmes. Ils contribuent à fragiliser leur pouvoir personnel. Les auteurs d'un rapport de l'OMS s'en inquiètent eux-mêmes: la pression sociale valorisant la minceur risque fort d'affaiblir l'estime de ces femmes en devenir.

*Merci  
Docteur*

L'émission à succès *The Swan* (correspondant à *Transformation extrême*) montre bien jusqu'où certaines femmes sont

prêtes à aller pour atteindre leur idéal de beauté. On y transforme des femmes ordinaires en pin-up au prix d'un régime draconien, d'un entraînement intensif et d'une douzaine de chirurgies. Le changement est spectaculaire, où en seront-elles dans deux ans? Quelles déceptions les attendent? Quelles autres interventions souhaiteront-elles subir? Plus près de nous, des milliers de femmes choisissent l'augmentation mammaire, la réduction des cuisses, la disparition des rides malgré les risques. Rappelons-nous la femme d'affaires québécoise de 51 ans, Micheline Charest, qui en 2004 mourait pendant une triple chirurgie.

## *On est comme on naît*

Ma grand-mère répétait toujours qu'il ne fallait pas critiquer le physique des gens, parce qu'ils ne l'avaient pas choisi.

C'était comme ça. À son époque, on naissait beau ou pas, et on l'acceptait. La chirurgie esthétique a changé cette mentalité. Aujourd'hui, la personne est considérée responsable de sa disgrâce. On ajoute l'insulte à l'injure en la considérant fautive. Elle peut et doit trouver une solution à «son problème» peu importe qu'elle contrevienne à sa personnalité, à sa santé. Le corps n'a plus rien de sacré. On le traite comme un objet. Et lorsqu'il s'agit du corps féminin, il appartient à tous de passer leurs commentaires.

## *Le poids des apparences*

Il est difficile dans un tel contexte de s'aimer comme on est! «Les beaux sont jugés plus intelligents, plus ambitieux, plus chaleureux, plus sociaux, plus équilibrés et moins agressifs», relève le sociologue français

# *Barbara, la ronde*

Barbara connaît bien les mécanismes de la discrimination, ceux qui distinguent, isolent et excluent un individu, ou un groupe, par rapport à un autre, qui sèment la honte et le doute. La discrimination qui entraîne le camouflage, le désir de se transformer même au prix d'y laisser une part de soi, celle qui déroute les choix de vie.

Enfant, elle se faisait critiquer à la maison, puis harceler à l'école. Au bout d'un moment, elle a fini par croire ses agresseurs. Ils disaient que les gros sont tous des gloutons et des paresseux. Elle a compris que son corps était ridicule, qu'elle ne parviendrait à rien. «C'est si accablant

*«Une affaire de fous. J'étais devenue trop faible pour me rendre au coin de la rue. Mais quand je passais, par exemple, les gens me regardaient!»*

qu'il ne te vient pas à l'idée de te défendre. Ça fait deux poids à porter: une image corporelle négative et une estime de soi vacillante», explique-t-elle.

Elle en a eu assez de se sentir GROSSE, de porter des robes à fleurs informes, de croiser des regards indifférents. Elle a entrepris une diète à base de protéines liquides qui lui a fait perdre 35 livres. «Une affaire de fous. J'étais devenue trop faible pour me rendre au coin de la rue. Mais quand je passais, par exemple, les gens me regardaient!»

Puis, au bout de quelques mois, Barbara a repris son poids naturel. Aujourd'hui, à 36 ans, elle a renoncé aux régimes. Elle se sent plus en forme que jamais. En revanche, elle n'ouvre plus les livres sur les méthodes miracles ni les magazines de mode qui vendent chaque mois une nouvelle recette pour devenir plus mince que le papier. La raison est lucide: «C'est trop facile de se laisser influencer!»

***Louise adore faire plaisir et complimenter les gens qu'elle aime. Toutefois, comment doit-on interpréter son message lorsqu'elle dit à sa belle-soeur «Comme tu es belle depuis que tu as maigri!»?***



**un pas  
de plus**

**Vous aimeriez :**

- » **organiser une discussion en famille, à l'école, au travail, ... ?**
- » **échanger davantage avec vos enfants sur l'estime de soi et l'image corporelle et les aider à développer un regard plus critique sur les médias (stéréotypes, sexisme) ?**
- » **être mieux outillée pour décoder les contenus des différents magazines ?**

**Diverses ressources peuvent vous aider.**

**MédiAction** vise à améliorer l'image des femmes dans les médias. Il propose du matériel de décodage d'images destinées à sensibiliser les jeunes au sexisme et aux messages stéréotypés. Voir la section **Ressources à connaître**

**Réseau Éducation-Médias** offre une gamme de ressources pour développer l'esprit critique des jeunes face aux médias. Il présente les divers stéréotypes, dont ceux sexistes, et propose des pistes pour en discuter. Voir la section **Ressources à connaître**

Jean-François Amadiou, auteur de l'ouvrage *Le Poids des apparences*. Dès le berceau, un joli bébé reçoit plus d'atten-

tion qu'un vilain petit canard. Les jolies femmes décrochent de meilleurs emplois et gagnent davantage. Cette menta-

lité traduit le climat social qui règne autour de telles valeurs, un climat marqué par la performance et la compétition plutôt que par l'ouverture à l'autre, à la diversité, à l'égalité. Un climat qui favorise, on le devine, la discrimination.

## *Gravir la montagne de l'estime de soi : une autre beauté*

Pour s'aimer vraiment et arrêter de passer sa vie à façonner son corps malgré le temps qui passe, la solution est de prendre ses distances par rapport aux standards. Pour ce faire, il importe d'abord de réagir à ce qui nous est imposé et qui limite notre vie, notre liberté, nos réalisations. Peut-être faut-il en avoir assez

et l'exprimer. Partir ensuite à la recherche d'informations sur la question nous réserve des découvertes, des éclaircissements et des réponses qui nous étonneront, nous stimuleront, nous fourniront des pistes de réflexion et d'action. Peut-être aussi nous sentirons-nous moins seules et plus fortes. Cette chasse aux trésors nous rapportera celui de vivre pleinement ce qu'on est, ni plus ni moins. « Et il n'y a pas d'âge pour ça !, dit Suzon, pigiste, âgée de 57 ans. C'est comme trouver un sens, une lumière... »

Cette distance à prendre, c'est aussi ce que suggère la psychologue montréalaise Brigitte Hénault. « Apprendre à vivre comme on est demande une volonté de fer. Mais c'est possible. On peut

## **QU'EST-CE QUE L'ESTIME DE SOI ?**

C'est une aptitude à aimer qui l'on est, avec ses qualités, ses travers, ses limites, etc.

C'est une attitude de respect qu'on se porte, de valeur qu'on donne à ses idées, à ses sentiments, à sa façon de vivre, à sa vision des choses. C'est avoir confiance en sa capacité d'évoluer, de créer, d'aimer et d'être aimée.

L'estime de soi est faite notamment de l'opinion que l'on a de soi-même. C'est donc une « croyance » en sa propre valeur. Elle peut être vulnérable au jugement d'autrui et à la pression sociale et médiatique. Mais avec le temps, une croyance profonde peut se modifier.

## **QU'EST-CE QUI FAVORISE UNE BONNE ESTIME DE SOI ?**

Ce sont les parents ou des proches qui ont valorisé l'enfant, en respectant sa nature profonde et en l'aimant inconditionnellement.

Selon les recherches en psychologie, l'estime de soi continue de se construire pendant toute la vie adulte. Comme l'estime de soi transpire dans le regard, dans l'attitude, elle a un effet sur l'apparence de l'individu et sur sa façon d'entrer en relation avec les autres.

ressentir des inquiétudes face à notre image. Avoir une bonne estime de soi, ce n'est pas ne jamais douter de soi. C'est inves-

tir de l'énergie pour se  
bâtir une vie saine.»

## Où en est votre estime de soi ?

➤ *D'une manière générale, avez-vous tendance à retenir surtout vos travers, vos manques ou vos faiblesses plutôt que vos forces, vos bons coups et vos réalisations ?*

*(Passez en revue tout ce que vous avez accompli au cours des derniers mois, n'oubliez aucun aspect de votre vie (famille, travail, loisirs, etc.) Vous serez étonnée de vos réalisations au quotidien, mine de rien.*

➤ Arrivez-vous à refuser du travail, à poser vos limites (énergie, disponibilité) au bureau ou dans vos relations interpersonnelles sans pour autant vous sentir coupable ou craindre de perdre quelqu'un-e ou quelque chose?

➤ Vous attribuez-vous le droit à la différence dans vos idées, vos valeurs, vos choix et votre style de vie face à votre entourage ou à vos proches, sans vous sentir obligée de vous justifier, de vous taire ou de marcher sur des oeufs?

(La version intégrale du questionnaire **Où en est votre estime de soi?** est disponible sur le site Internet du Réseau québécois d'action pour la santé des femmes au [www.rqasf.qc.ca](http://www.rqasf.qc.ca))

Voir la section **Ressources à connaître**

## DES TRUCS POUR AIDER VOTRE FILLE À CONSTRUIRE SON ESTIME DE SOI

**1. L'encourager à développer ses habiletés en fonction de sa personnalité et de ses goûts, plutôt qu'à se soucier avant tout (de façon consciente ou non) de plaire essentiellement aux autres.**

Par exemple, aidez-la à découvrir ses intérêts en se recentrant sur ses forces, ses sentiments, ses besoins et ses idées, comme vous tenterez de le faire vous-même, et aidez-la à s'évaluer elle-même : Qu'as-tu fait aujourd'hui? Qu'as-tu aimé de cette activité? Pourquoi n'as-tu pas aimé? Que retiens-tu de cette expérience?

## 2. La valoriser pour ses réalisations personnelles plutôt que pour son apparence

Par exemple, reflétez-lui ses forces en vous appuyant sur ses réalisations. Tu as un vrai talent en dessin, regarde-moi ce portrait comment il est juste ! Es-tu satisfaite de ce que tu as accompli ? Pourquoi oui, pourquoi non ?

### 3. *L'aider à développer un regard critique sur la mode, la publicité, les stéréotypes, etc.*

Par exemple, aidez-la à comprendre les différents messages que peuvent transmettre un style d'habillement, une attitude, un propos, etc.

**Bref, faites-lui sentir que vous l'acceptez de façon inconditionnelle.**

Pour d'autres bons conseils, consultez le site Internet *Les Sans Diètes* sous la rubrique «Questions des parents».

Voir la section **Ressources à connaître**



## Mais qui donc crée la femme ?

Dès le berceau, les filles sont soumises au regard d'autrui qu'elles finissent par intégrer. Pour développer leur propre personnalité, elles devront opérer un retour sur elles-mêmes et peu à peu apprendre à se voir avec leurs propres yeux. Pour briser cette chaîne qui se perpétue et même s'aggrave, pour faire obstacle à la pression du marché et offrir une autre voie à nos filles et à celles de notre entourage, on doit identifier les maillons. Les parents, les pédagogues et l'entourage contribuent à leur développement et à leur formation.

Chaque femme a sa propre histoire. À chacune donc, de retracer ce qui l'a marquée, ce qu'elle a intégré comme valeurs, celles qu'elle retransmet dans ses propos et ses comportements.

«L'estime de soi des filles est beaucoup plus associée à l'image corporelle», affirme Danielle Bourque, professeure de psychologie au Cégep de Sainte-Foy, à Québec. «Après le dur passage de l'adolescence, la confiance en soi des garçons remonte en flèche contrairement à celle des filles qui reste basse.»

Comme par hasard, l'anorexie et la boulimie frappent un nombre croissant d'adolescentes. Selon Santé Canada, le taux d'hospitalisation pour troubles de l'alimentation a augmenté de 20% chez les femmes entre 1987 et 1999. «L'anorexique a la "shape" à la mode, soupire Danielle Bourque. À 6 pieds et 120 livres, les mannequins sont très en dessous de leur poids santé.»

Selon Caroline Caron, le culte de l'image fragilise l'équilibre psychologique des jeunes filles. En 2002, la jeune chercheuse en communication a analysé le contenu de certains magazines pour adolescentes. Elle en conclut que les deux tiers des articles traitent des apparences et des relations amoureuses. Quant aux publicités, 52% concernent des produits de beauté. Tester des crèmes et séduire des gars – par le sexe – semble être l'activité principale des filles. Rien à lire, ou presque, sur le monde, la politique ou l'environnement. «On peut s'interroger sur l'effet que ces revues ont sur la formation identitaire des jeunes.»

En continuité avec le culte de l'image, l'apparition récente de nouveaux magazines pour ados montre bien que cette presse accroche les filles. Et celles-ci y puisent beaucoup de modèles identitaires. Pourtant, Caroline Caron ne prône pas la censure : «On ne peut pas prémunir les jeunes filles contre ces discours en leur interdisant de lire les magazines. Il faut plutôt les aider à décoder les contenus. L'esprit cri-

tique, ça ne se développe pas tout seul!» Les parents devraient feuilleter les revues avec leurs adolescentes et en discuter avec elles. Les photos sont-elles retouchées? Les articles sont-ils complets? Sous quel angle a-t-on abordé un

Aux États-Unis, des parents célèbrent depuis quelques années la fin des études secondaires de leur fille en lui offrant une chirurgie esthétique. Selon l'American Society for Aesthetic Plastic Surgery, 220 000 personnes de moins de 18 ans en auraient subi une ou plusieurs en 2003. C'est dire combien les parents sont eux-mêmes prisonniers de cette culture qu'ils transmettent à leurs enfants.

sujet? Que suggère-t-il? Et ainsi de suite.

Pour Pierrette Bouchard, chercheuse en éducation, la liberté de pensée passe

**Manon est très soucieuse de son apparence et se sent toujours inadéquate, malgré tous ses efforts et l'argent investis au fil des ans. Pourtant, son conjoint et sa fille la trouvent très belle. D'où lui vient ce sentiment?**

**Une amie qui vit la même pression suggère qu'elles se laissent peut-être trop influencées par les magazines de mode. Et vous?**

par l'éducation. Il faut apprendre aux jeunes à développer un regard critique sur les médias, sur la consommation, sur les stéréotypes et sur la sexualité. Réfléchir et s'informer, c'est ce qui donne une liberté de pensée et d'action, ouvre les horizons, multiplie les choix possibles, cultive l'indépendance.

«Construire notre estime de soi sur celle que nous renvoie les autres, c'est

fragile!» Ce qu'il faut plutôt, c'est que chaque fille, chaque garçon, se fie à ses réussites personnelles, qu'il explore ses propres intérêts, qu'il apprenne de ses échecs. Les parents devront l'encourager dans ce sens, l'aider à se connaître, à suivre son profil et à le développer. ●

## Un virus appelé Britney

Elles ont l'âge de jouer à la poupée, mais elles jouent déjà à la vamp. Les filles se sexualisent tous jours plus jeunes, aux dépens de leur équilibre psychologique. Elles se coupent de leur enfance en entrant dans des jeux d'adultes sans être aptes à faire face aux implications et conséquences.

tient à respecter sa personnalité, son attrait pour les arts et le spectacle, sa vivacité. En revanche, elle craint l'impact que son image, son *look*, peut provoquer. «Marie-Lou veut plaire, mais les conséquences de ces jeux-là, elle ne les connaît pas», s'inquiète-t-elle.

Marie-Lou a 7 ans. Elle a été contaminée par un virus. Un virus blond qui chante. Du jour au lendemain, elle s'est mise à tapisser sa chambre d'affiches de Britney Spears, à étudier ses chansons et ses chorégraphies. «C'était un cas si extrême de *Britneymanie* que tout le monde trouvait ça drôle», raconte sa mère, Nathalie. «Mais en deux ans, ma petite fille est devenue une préadolescente qui a conscience de son image et qui sait s'en servir. Si j'avais à ce moment-là mesuré l'ampleur du changement qui s'opérait en elle, j'aurais agi plus vite...»

Au Québec, la «fillette sexy» est apparue il y a sept ou huit ans. Un phénomène social porté par la culture pop. D'abord, les chanteurs de charme pour adolescentes, à la *Backstreet Boys*, ont envahi la télé. Puis les *Spice Girls* ont débarqué, enchantant les 5 à 12 ans. Récemment, c'était le règne des Shakira, Christina Aguilera et Britney Spears, la blondinette qui se trémoussait en chantant *I'm a Slave 4 U* («Je suis ton esclave»). À côté, Annie Brocoli, la chanteuse des tout-petits a vraiment l'air *out*!

Désormais, les fillettes se baladent en camisole-bedaine, en bretelles spaghetti, en souliers à plate-forme, du gloss aux lèvres. Les 8 à 14 ans dépensent 1,7 milliard de dollars chaque année au Canada. Ces préados, qui



***Vous aimeriez que l'école secondaire de votre jeune accorde plus d'attention à la problématique de l'image corporelle et de l'estime de soi?***

***Bien dans sa tête, bien dans sa peau*** est le seul programme au Québec dont l'objectif est de promouvoir une image corporelle saine et de prévenir l'apparition des problèmes reliés au poids chez les jeunes. Développé pour les écoles secondaires, le programme propose une démarche de réflexion sur le culte de l'apparence physique, de la minceur et de la *supermusculature*. À travers une variété d'activités, il vise à modifier les croyances sur l'obésité et les régimes, à améliorer l'estime de soi des jeunes et leur perception de leur image corporelle et il invite à adopter de saines habitudes de vie.

Si ce programme n'est pas offert à l'école de votre enfant, n'hésitez pas à le faire connaître. Pour en savoir davantage, consulter le site Internet «[www.biendanssapeau.ca](http://www.biendanssapeau.ca)» ou communiquez avec ÉquiLibre, Groupe d'action sur le poids.

Voir la section **Ressources à connaître**

Marie-Lou est une «ado-naissante» tout ce qu'il y a de plus normale. Comme beaucoup de petites entre 8 et 13 ans, elle aime la danse, la musique rythmée, les vêtements neufs. Sa mère



***Vous êtes préoccupée par la sexualisation précoce et induite des jeunes filles? Vous aimeriez savoir comment agir pour contribuer à contrer ce phénomène?***

**La Chaire d'étude Claire-Bonenfant sur la condition des femmes de l'Université Laval** publiera et diffusera, à compter de décembre 2005, un tout nouveau livre de référence: *Sexualisation des pré-adolescentes, stéréotypes et consommation*. Répertoire d'outils d'intervention.

Voir la section  
**Ressources à connaître**

**Les Éditions Sisyphe** publieront, à l'automne 2005, un livre de format pratique intitulé *La sexualisation précoce des filles*. Ce livre d'environ 75 pages sera disponible en librairie au coût de 8.95 \$, taxe en sus.

Voir la section  
**Ressources à connaître**

forment le groupe démographique le plus important depuis les baby-boomers, sont donc très courtisés par le marché de la mode, de la musique, des magazines et du cinéma. Les fillettes ont leurs boutiques, leurs

produits de beauté, leurs marques de *string*. Elles adorent, elles en veulent, elles en demandent... à leurs parents, elles consomment.

Ce puissant marché a plongé les écolières dans une perpétuelle compétition de mode. Quand Marie-Lou voit une amie étreindre un nouvel accessoire, sa mère l'apprend assez vite. « Ses tiroirs sont pleins, mais elle veut toujours aller magasiner. J'exprime mon désaccord, en lui expliquant pourquoi je désapprouve son comportement. Elle comprend... mais elle me trouve parfois bien plate! », lance Nathalie avec humour. L'école interdit le maquillage et les bijoux voyants. Heureusement car Nathalie maintiendrait l'interdit, de toutes façons. Malgré tout, Marie-Lou revient à la charge et cette épineuse question suscite des discussions quotidiennes.

*Dis-moi ce que tu portes, je te dirai...*

L'habillement couvre un malaise plus profond. « À l'instar de leurs idoles de la chanson et du cinéma ou des mannequins des magazines jeunesse – qu'elles adoptent comme modèles d'identification – les jeunes filles reproduisent des attitudes et

des comportements de femmes sexy », écrit Pierrette Bouchard, avec sa fille Natasha, dans l'étude *Miroir, miroir... La précocité provoquée de l'adolescence et ses effets sur la vulnérabilité des filles*. La chercheuse en éducation y voit une source de problèmes éventuels : focalisation sur l'image, obsession de la minceur, fixation sur les relations amoureuses, dépendance émotionnelle, manque de confiance en soi.

*Attention, danger!*

Gare au *Girl Power*, ce féminisme rouge à lèvres qui présente l'allure sexy comme une forme d'affirmation de soi. « Certaines filles pensent que ça contribue à leur estime de soi. En fait, elles éprouvent un sentiment de popularité », dit Francine Duquet, professeure de sexologie à l'Université du Québec à Montréal. Quand plus personne ne les regarde, leur belle confiance s'écroule. « Personne ne veut avoir l'air d'un pichou de Phentex. Mais jusqu'où peut-on aller pour plaire? »

La mode sexy est plus qu'un style de vêtement. C'est une façon de penser. Notre société érotico-publicitaire bombarde les jeunes de messages sexuels. « Le sham-

pooing *Herbal Essence* donne des orgasmes. Les vidéoclips évoquent la porno soft avec des scènes de groupe où les sexes se frottent. Dans l'émission de télé-réalité *Occupation double*, on dirait que l'objectif est qui embrassera l'autre! Ça donne l'impression qu'il faut être une bombe sexuelle », analyse Francine Duquet.

Ne dramatisons pas : toutes les filles ne sont pas tombées dans la



***Vous aimeriez discuter avec d'autres femmes des changements qui s'opèrent au milieu de la vie?***

Conçu par le Y des femmes de Montréal pour les femmes de 45 à 64 ans, *Mouvance et milieu* est un programme de huit ateliers abordant trois grands thèmes : l'image du corps, le défi de l'autonomie financière, la remise en question et la transformation des rôles.

Ce projet vous intéresse? Informez-vous, s'il n'est pas offert par une ressource de votre milieu (CLSC, centre de femmes), faites-le connaître.

Voir la section  
**Ressources à connaître**

potion magique de cette mode. Force est d'admettre pourtant que la promotion des attitudes sexy a un impact sur les comportements amoureux des adolescents. Francine Duquet a signé le nouveau programme d'éducation sexuelle proposé par le ministère de l'Éducation, car elle croit aux bienfaits de cet enseigne-



### un pas de plus

**Correspondre aux normes de beauté vous préoccupe et vous frustre?** Le Centre de santé des femmes de l'Estrie a mis en place un groupe de réflexion et de soutien sur l'image corporelle et l'estime de soi. Une démarche en six rencontres vise à permettre à chaque femme de développer une image positive d'elle-même et d'augmenter son sentiment de satisfaction quant à sa vie en général.

L'idée vous intéresse? Discutez-en avec une ressource de votre milieu. Le Centre de santé des femmes de l'Estrie se fera un plaisir d'échanger avec toute personne intéressée.

Voir la section **Ressources à connaître**

ment. Mais ce qui aide surtout les jeunes, c'est l'accompagnement de leurs parents, souligne-t-elle. «Il ne suffit pas de dire: "N'oublie pas d'utiliser le condom". Il faut initier un questionnement et faire comprendre aux jeunes que leurs pairs, garçons et filles, exercent une pression forte sur eux.» Certaines émissions basées sur la séduction, comme *Loftstory*, fournissent d'excellents prétextes pour démarrer une discussion sur les rôles masculins et féminins stéréotypés dans la sexualité!

### L'art d'être bien dans sa peau

Mais ce n'est pas tout: il faut aussi parler aux filles de désir, de sensations, de plaisir, de choix à faire et à exprimer. Pour développer l'estime de soi et devenir des personnes pleines et entières, nos filles doivent être branchées, à l'écoute d'elles-mêmes. Elles doivent apprendre à exprimer leurs désirs tout comme ce qui ne leur convient pas. Développer une telle attitude renforce, être bien dans sa peau en somme. Et le plaisir corporel fait partie de la vie.



### un pas de plus

**Vous aimeriez discuter de l'obsession de la minceur avec votre fille ou votre nièce, ou organiser une activité sur la question avec vos élèves? Vous manquez d'informations ou d'outils pour aborder le sujet?**

Aider nos jeunes à être plus satisfaites et satisfaits de leur corps est justement le thème des **Fiches pédagogiques sur l'obsession de la minceur**, un travail de collaboration entre le Comité de la condition des femmes de la Centrale des syndicats du Québec (CSQ) et la Coalition Corps-Accord. À travers des exercices adaptés à différents groupes d'âge (8 à 20 ans), on vise à identifier les modèles corporels véhiculés par les médias ainsi que leur influence, à faire connaître les dangers d'exercer un contrôle excessif sur son corps et sur son alimentation, à promouvoir le respect de tous les formats corporels. Ces fiches sont disponibles sur le site Internet de la CSQ, cliquez sur «société», ensuite sur «femmes». Vous pouvez également commander une copie papier, au coût de 12 \$, auprès de la Coalition Corps-Accord.

Voir la section **Ressources à connaître**

**Votre fille aime naviguer sur Internet? Suggérez-lui la rubrique «Pour ados» du site de l'organisme Les Sans Diètes.**

Voir la section **Ressources à connaître**

Nathalie, elle, n'a pas fini de parler avec sa Marie-Lou. Du culte de l'image, de la mode, de la consommation, du soi, de son nouveau costume de scène à *top* moultant. «Vouloir être belle, ce n'est pas mauvais en soi. Mais je ne veux pas qu'elle centre tout sur l'image, alors j'essaie d'explorer avec elle d'autres intérêts, d'autres avenues. Où sont les frontières entre séduction et expression? Je ne peux pas lui imposer mon

exemple, mon parcours... Elle a sa personnalité propre, et c'est celle-là qu'il faut développer, renforcer, aimer. C'est ça l'éducation!» Pour cette maman, une chose est claire: tant qu'elle pourra communiquer avec sa petite, elle pourra lui transmettre les valeurs essentielles de respect et d'estime de soi. ●

Recherche:  
Mélanie Saint-Hilaire



# Chirurgie esthétique : la quête d'une beauté... stéréotypée

Isabelle Mimeault

Liposuction, Botox, lifting du visage, augmentation mammaire, blanchiment de la peau, reconstitution des paupières... En cette époque où la science nous permet de croire que tout est possible, jusqu'où les femmes sont-elles prêtes à aller? Que recherchent-elles?

La plupart des femmes souhaitent être belles. Certaines en font même une obsession. Les transformations corporelles sont devenues banales, comparables à tout autre type de consommation courante. Et, malheureusement, plus les techniques se raffinent, plus les femmes sont encouragées à s'offrir un corps « à la carte », remodelé pièce par pièce. Au nom du progrès, on expérimente, on transforme. Au nom du progrès, les industries médicales et pharmaceutiques façonnent le rapport des femmes à leur corps. Au fil des découvertes et avec la complicité finan-

cière de diverses industries, les normes esthétiques sont aujourd'hui fixées au gré des développements technologiques.

Cette quête de beauté s'accorde parfaitement bien avec le rôle traditionnellement accordé aux femmes. Malgré d'immenses progrès dans toutes les sphères de la société, particulièrement sur le marché du travail, les femmes ne se sont jamais senties aussi mal dans leur corps. N'est-ce pas paradoxal?

## Quelle beauté?

La chirurgie esthétique vend du rêve, celui de ressembler à nos stars préférées, le rêve d'être regardée, admirée et aimée. S'aimer soi, et être aimée des autres. Des études ont démontré que dès la naissance, les beaux bébés reçoivent plus de caresses que les

moins beaux. Cette caractéristique personnelle devient plus tard un facteur d'intégration sociale et professionnelle, facilite les liens d'amitiés ou les relations amoureuses.

Mais de quelle beauté s'agit-il? La perception de la beauté féminine relève bien sûr de la culture. Or, avec la mondialisation, elle est aujourd'hui surtout reliée à la commercialisation et même à l'industrialisation d'un modèle unique : la jeunesse, absolument ; la minceur, surtout, mais avec une poitrine généreuse et de longues jambes minces, de préférence ; des dents bien alignées, évidemment... La force de l'industrie est de nous faire croire qu'il n'existe qu'une seule façon d'être belle. Et que cette beauté-là, idéalisée, est accessible si on y met l'argent nécessaire.

Cette course à la beauté tend à se répandre partout où la culture états-unienne globalisée impose ses règles. Dans un dossier spécial intitulé « Mon corps c'est comme je veux! », le *Courrier de l'Unesco* rendait compte en 2001 de la pression sociale que subissent les Vénézuéliennes pour correspondre au modèle unique : « Toutes ces femmes qu'on voit à la télé ont des fesses et des seins proéminents, des corps somptueux. Elles sont belles et ont l'air d'avoir du succès. On ne peut qu'avoir envie de leur ressembler! », avoue Morelia, une dentiste. La fascination des Vénézuéliennes pour la chirurgie esthétique serait même en voie de devenir une spécificité culturelle! Le fait de correspondre à ce standard de beauté est ainsi devenu une preuve de réussite sociale et de richesse. Et par le fait même un motif de discrimination et d'exclu-

sion sociale pour qui ne s'y conforme pas.

Plus près de nous, le recours de plus en plus fréquent à la chirurgie esthétique par des femmes de plus en plus jeunes renvoie au même phénomène de société : correspondre au modèle à tout prix. La pression sociale est si forte que plusieurs femmes vivent un sentiment permanent d'inadéquation qui porte atteinte à leur estime personnelle.

Dans un récent numéro (mars-avril 2005), la *Gazette des femmes* évoque un phénomène en émergence aux États-Unis et qui se dessine au Québec : le remodelage esthétique du vagin. Dans ce cas précis, les critères de beauté sont fixés par les top modèles de l'industrie pornographique. Dans notre société hyper-individualiste, n'est-il pas paradoxal de devoir se conformer à un moule corporel très précis?

## La chirurgie esthétique est-elle efficace?

Selon l'organisme ÉquiLibre, qui a initié le programme *Bien dans sa tête, bien dans sa peau*,

la chirurgie esthétique n'améliore pas l'image corporelle des femmes parce qu'elle n'agit pas sur la valorisation et l'acceptation de soi et de son corps, « véritables sources d'une image corporelle positive ». En fait, recourir à la chirurgie esthétique ouvrirait plutôt la porte à une série infinie d'insatisfactions. Une injection de collagène aux lèvres révèle la nécessité d'un traitement antirides, une petite retouche à telle partie de son corps entraîne une autre ailleurs, et ainsi de suite.

## À vos risques et périls...

La chirurgie esthétique serait-elle devenue un produit commercial comme un autre? Dans sa grille thématique *Chirurgie esthétique... du rêve au cauchemar*, le Réseau québécois d'action pour la santé des femmes fait état de plusieurs risques reliés à la chirurgie esthétique : infections, hématomes (accumulations de sang), asymétrie font partie des complications précoces possibles. Les risques d'embolie pulmonaire ou de phlébite sont certes faibles, mais ils existent.

En ce qui concerne plus précisément la liposuc-

cion, moyen rapide pour paraître plus mince, des blessures aux structures adjacentes, des pertes importantes de sang pouvant causer l'insuffisance circulatoire et un œdème persistant constituent

Josée songe depuis plusieurs mois à des prothèses mammaires.

Mais elle se pose plusieurs questions, car l'intervention l'inquiète. Sa meilleure amie lui suggère de communiquer avec Option Consommateurs qui pourra l'aider à prendre une décision éclairée. Voir la section *Ressources à connaître*.

d'autres complications possibles. Le lifting du visage, fort prisé pour paraître plus jeune, peut mener à une paralysie qui peut devenir permanente, à des cicatrices et à des déformations de l'oreille notamment. Enfin, à la suite d'une augmentation mammaire, soulignons qu'une ouverture de l'incision, une ulcération et une exposition de la prothèse par exemple, peuvent obliger le retrait de celle-ci. Des maladies auto-immunes comme le lupus

érythémateux, la sclérodermie et la polyarthrite rhumatoïde ont aussi été associées aux prothèses mammaires.

Comment quantifier ces risques et comment connaître le nombre de personnes qui ont subi des effets secondaires au cours des dernières années? Et connaissons-nous le nombre de personnes insatisfaites du résultat? Nous ne le savons pas. Au Québec, il n'existe aucun registre des complications ni statistiques en cette matière, puisque les cas ne sont pas rapportés.

## Le saviez-vous?

La chirurgie esthétique peut être pratiquée par des personnes non spécialisées, c'est-à-dire qui ne sont pas chirurgiens esthétiques ou plasticiens. Il s'agit de médecins généralistes ou d'autres spécialistes de la santé. Aucune norme ne régit tous les « moyens » proposés pour maigrir et rester jeune. Les femmes qui en subissent des préjudices n'ont aucun recours. La femme qui s'aventure à se faire découper, remodeler les jambes ou remonter le visage le fait à ses propres risques, tant sur le



plan de la santé que sur le plan financier.

## *La beauté à tout prix?*

La reconstruction de notre corps à la pièce soulève des enjeux sociaux bien réels. Des enjeux économiques, par les millions de dollars qu'elle génère annuellement, et des enjeux de santé, car la chirurgie esthétique comporte des risques qui tendent souvent à être minimisés. La standardisation et l'uniformisation du corps humain renvoie même à des enjeux philosophiques qui nous concernent toutes : Faisons-nous disparaître la beauté de la diversité?

« Le mécanisme est toujours le même, il s'agit de se cacher derrière son corps. Le patient impute à une partie de son corps la raison de son mal-être. La personne fabrique les symptômes d'une douleur qui vient d'ailleurs en s'appuyant sur les critères esthétiques du moment... lorsqu'on opère, la souffrance reste, puisqu'on n'a pas traité la cause. » (*Dr Maurice Mimoun, auteur du livre L'impossible limite, éditions Albin Michel, 1996*) ●

## CHIRURGIE ESTHÉTIQUE : QUELQUES CONSEILS AVANT DE PRENDRE UNE DÉCISION

### 1. Se questionner sur ses motivations :

- › En quoi cette intervention peut changer ma vie?
- › Suis-je prête à assumer les risques et l'impact tant positif que négatif de cette intervention?
- › Vais-je pouvoir vivre avec le regard et les commentaires des autres?
- › Vais-je me reconnaître?

### 2. Bien s'informer avant de choisir sa chirurgie :

- › Est-ce que mon état de santé me permet de subir une telle chirurgie?
- › Quels seront les soins et les traitements complémentaires à la chirurgie?
- › Quels sont les risques «prévisibles et probables», quels sont ceux «possibles et rares»?
- › Quelles sont habituellement les complications précoces et tardives? (Dans le cas de la pose d'une prothèse, exiger la brochure du fabricant.)
- › Quels sont les coûts de la chirurgie et de tous les autres coûts afférents?
- › Advenant une complication, qui assumera les frais encourus?
- › S'il y a lieu, quelle est la durée de vie de la prothèse? Devrais-je éventuellement faire enlever cet implant pour en faire poser un nouveau? Y aura-t-il alors d'autres considérations pour ma santé?
- › S'il y a lieu, devrais-je éventuellement subir de nouveau ce type de chirurgie? Si oui, quels sont les délais habituels?

### 3. Obtenir plusieurs avis médicaux. Éviter surtout la confiance aveugle.

### 4. S'assurer que les médecins consultés aient une formation en chirurgie plastique et esthétique.

### 5. Attention aux attentes irréalistes! Aux risques physiques s'ajoute l'impact psychologique. Il y a risque de dépression postopératoire, que l'intervention soit ratée ou réussie.

### 6. Prendre ses propres photos avant et après l'intervention et les dater, même si un-e médecin prend des photos ; elles pourront servir de preuves le cas échéant.

### 7. Attention à vos droits! Avant chaque intervention, les patientes doivent signer un formulaire de décharge. Ce dégageant de responsabilité n'est pas valide devant la loi, car nul ne peut exiger un renoncement à vos droits.

### 8. Refuser qu'un-e autre médecin que celle ou celui consulté effectue l'opération et ne signer aucune clause à cet effet. Reporter plutôt la date de l'intervention.

# J'ai DEUX CORPS

Michelle, danseuse, 19 ans



Tous les jours, nous faisons face au miroir. Personnellement, j'y passe énormément de temps. C'est plus fort que moi, dès que je vois un de ces objets qui reflète mon image, je dois ralentir pour voir ce qu'il va me montrer. Parfois je suis satisfaite, mais très rarement.

## *Miroir, dis-moi qui est la plus belle*

Il existe plusieurs façons de se voir dans un miroir. Tout dépend du moment de la journée, du contexte aussi. Je ne me regarde pas de la même manière si je pars pour l'école, si je vais chercher un litre de lait à l'épicerie ou si je sors dans un bar. Mais une fois captivée par l'image que je reçois, je suis tout le temps assaillie par la même question, celle que la méchante belle-mère de Blanche Neige posait si souvent : « Miroir, miroir, dis-moi, qui est la plus belle ? »

Le matin, quand je me prépare pour aller au cégep, j'essaie de me faire belle. Comme je vais m'exposer, me trouver en public, je me passe au

peigne fin comme on dit. Je m'examine, des ongles d'orteil aux cils. J'appelle ça du vrai travail d'orfèvre !

## *Le test du collant rose*

La danseuse en moi ne voit pas le miroir sous le même angle. Cette immense surface qui couvre de haut en bas les murs du studio, devient une complice, une partenaire. Les quelques instants qui précèdent le cours et que nous redoutons toutes sont une véritable torture : c'est à ce moment précis que nous nous scrutons dans nos collants roses en arrêt. Les rondeurs, les proportions et les comparaisons ont le temps de surgir dans nos esprits et de planter leurs griffes. Une fois en mouvement, par contre, les deux bâtons

rose bonbon deviennent des lignes avec lesquelles on se remet à s'amuser.

C'est vrai, j'oublie quand je me retrouve devant le miroir pour pratiquer une chorégraphie. Toute ma perception change. Mon corps en mouvement devient comme de la matière, de la pâte à modeler, un outil. Ce que je vois n'est ni gros, ni mince, ce ne sont que des lignes que j'observe et que je veux faire bouger de façon à ce qu'elles soient les plus belles possible. Une fois en mouvement, cette masse imparfaite devient harmonieuse, expressive, élégante, légère.

## *Traverser le miroir*

Une danseuse doit souvent faire face au miroir,

une jeune femme aussi. Lorsque je suis enrhumée, j'aimerais que cette immense masse qui me représente si mal, soit plus discrète. Mais je suis sûre qu'en vieillissant, je vais apprendre à vivre avec mon image et avec mon corps. J'ai cette certitude. Il est clair pour moi qu'on doit apprendre à vivre avec soi et que c'est un long processus. Les femmes âgées qui m'entourent ne se trouvent pas parfaites, mais elles ont appris à s'accepter et à affronter les miroirs. Je veux être comme elles plus tard. Je crois que le fait de ne pas s'aimer durant l'adolescence et le début de l'âge adulte est comme une épreuve que nous devons toutes essayer de traverser. ●



# Le plaisir? J'en mange!

Danielle Stanton



Deux morceaux de chocolat, dix frites, une cuillerée de mayonnaise, un verre de limonade rosée sucrée artificiellement... Ce n'est pas une prière que mon amie Joëlle récite chaque soir au coucher, c'est la liste de ce qu'elle a mangé de «mal» dans la journée. Elle n'oublie aucune, mais aucune menace pour son tour de taille. Joëlle passe ensuite au dossier «santé». Combien de portions de fruits et légumes a-t-elle totalisées depuis le matin? Moins de cinq, c'est bonjour la culpabilité. Bilan fait, elle se promet invariablement de se remettre à la tâche dès le lendemain pour atteindre le score parfait.

## La peur au ventre

Peur d'engraisser, peur du cancer, peur du regard de l'autre... Manger tient aujourd'hui du sport extrême. Entre les calories, les vitamines, le calcium, les fibres et les probiotiques, le moindre pâté chinois fait figure de bombe à retardement. Se retrancher derrière l'innocence de la carotte

ou de la pomme? Vous n'y pensez pas! Et les pesticides, herbicides et fongicides, vous en faites quoi, hum?

Terminé le bonheur tranquille de manger sans remords. Honteux d'exister, le plaisir de manger a foutu le camp. Notre relation à la nourriture est devenue malsaine. Maniaques de minceur, malades de santé, aucune

fixation alimentaire ne nous résiste à nous, les filles. Nous vivons perpétuellement aux abois. Gras, sucre, beignes, poutine, même combat!

Je vous entends réagir. «Cause toujours! Aller à l'encontre des consignes alimentaires est suicidaire. C'est l'obésité et tous les maux de la Terre qui s'abattront sur nous», marmonnez-vous

entre deux cuillerées de tofu nature allégé.

## Coupable, non-coupable

Faux! Je m'entretenais récemment avec Marie Watiez\*, psychosociologue de l'alimentation. «Laisser le plaisir nous guider en matière de nourriture? Bien sûr qu'on a le droit! C'est même la meilleure chose



à faire.» Après des années et des années de discours répressifs et directifs, avouez qu'entendre ça ou gagner le million...

## *Assumez ce grand plaisir sensuel qu'est manger*

Tout de même, ai-je insisté, incrédule. «Euh... le plaisir, même pour demeurer mince?» «Oui, oui! Commencez d'abord par faire l'effort de remplacer le terme "mince" par "bien dans ma peau". Cessez de voir 50% des aliments comme des plaisirs illégaux. Le reste s'enchaînera.» La recette est simple. On a le goût de chips? Mangeons-en. La journée a été moche et on a envie de pâtes pour se réconforter? Allons-y. Mais au lieu de vider le sac de chips en trois minutes, prenons le temps d'apprécier le croquant, le goût de sel sur la langue de chacune. Et plutôt que d'engouffrer en catastrophe son plat de fettucini en lui trouvant déjà un arrière-goût de remords – et de se resservir largement parce que "de toute façon, le mal est fait" –, prenons le temps de cuisiner la sauce, de la humer, de

savourer la sensation de plénitude que procure chaque bouchée. «Bref, au lieu de culpabiliser continuellement, assumez, dit Marie Watiez. Assumez ce grand plaisir sensuel qu'est manger. Si vous goûtez vraiment le moment avec tous vos sens, vous apprécierez mille fois plus et, oui, vous mangerez moins parce que vous le sentirez quand votre corps en aura assez. Et parce que vous serez moins frustrée! En prime vous serez bien, et combien plus heureuse!»

Mais dites, madame Watiez, le parti pris plaisir est-il compatible avec les recommandations des nutritionnistes? Ne faut-il pas impérativement accumuler «douze portions de végétaux par jour» et avaler sa ration de survie en légumineuses? «Qui a

décrété ce "il faut"? Cessons d'agir en victime, reprenons le contrôle de notre assiette en nous donnant le droit de nous écouter, de décider. Manger avec plaisir ne veut pas dire tourner automatiquement le dos au *Guide alimentaire*. La nourriture devrait avant tout être une source de plaisir: plaisir gustatif, mais aussi plaisir des sens, plaisir de partager avec les autres. C'est terrible de se couper de tout cela, non?»

Pas de panique, on ne mangera pas forcément moins de tomates pour autant. On en mangera probablement plus,

même! Parce qu'au lieu de le faire par devoir, on le fera par envie. Au lieu de voir ce fruit comme un médicament plein-de-vitamines-et-minéraux-anti-oxydants-anti-cancer, on se laissera simplement tenter par sa couleur rubis, sa forme ronde et sa peau douce, sa saveur magnifiée par deux feuilles de basilic bien frais. Et après tout, tout santé qu'il soit, le sandwich aux tomates toasté, laitue mayonnaise, reste un bonheur sublime! 🍅

*\* Marie Watiez travaille pour Sesame Consultants et est intervenante dans le programme Choisir de maigrir d'Équilibre, Groupe d'action sur le poids*

**La santé sous toutes ses FORMES**

*lilo+*

**LA VRAIE FORCE DES PROFESSIONNELLES EN SOINS**

# Image virtuelle à vendre

Pascale Guéricolas

«Si un Martien débarquait directement au Québec, il penserait sans doute en regardant les publicités que les Terriennes ont toutes 17 ans et demi, mesurent six pieds deux pouces, et pèsent 92 livres!» lance Luc Dupont, professeur au Département de communication de l'Université d'Ottawa. Force est d'admettre le retour en force du corps féminin jeune et très mince dans les magazines, sur les panneaux d'affichage en ville, dans les publicités télévisées. Malgré ce qu'en disent bien des faiseurs d'images, le modèle stéréotypé sans défaut qu'ils proposent, ne correspond pas à la moyenne des consommatrices de shampoings, de crèmes de beauté et de jeans.

## Une image plus conforme à la réalité

En novembre dernier, dans une salle d'un centre de conférence de Montréal, des publicitaires et des représentants de médias se réunissent pour discuter de l'image de la femme que véhicule la publicité. On y présente des illustrations sophistiquées des stéréo-

types féminins. L'objectif vise à démontrer que désormais, les consommatrices et les lectrices de magazines exigent des publicités authentiques, proches de leur réalité, crédibles. À cet effet, certaines statistiques sur la consommation ont fait prendre conscience aux femmes de leur importance et de leur pouvoir économique, puisqu'elles effectueraient 80 % des achats en Amérique du Nord.

**Jeanne, de MédiAction, se prononce :**

**«La publicité ne peut pas se payer le luxe de déplaire à la moitié de la population, surtout de celle qui tient les cordons de la bourse.»**

**Les femmes effectuent 80 % des achats en Amérique du Nord et détiennent, sans le savoir, un important pouvoir économique.**

**Ne serait-il pas intéressant qu'elles expriment davantage ce qui ne leur convient pas? (Ne plus acheter certains produits ou fréquenter certains magasins, dire aux propriétaires d'une boutique qu'une publicité ne nous plaît pas, etc.) Les effets pourraient être surprenants!...**



**un pas  
de plus**

**Une publicité sexiste vous heurte et vous désirez porter plainte?**

La Meute québécoise contre la publicité sexiste propose quelques modèles de lettres sur le site [www.lameute.org/lameute.html](http://www.lameute.org/lameute.html), cliquez sur La « Meute québécoise contre la publicité sexiste », ensuite sur « Modèles de lettres » (modèle 2). Nous vous invitons à transmettre une copie de votre plainte à :

- > La Meute québécoise contre la publicité sexiste, [meutequebecoise@sympatico.ca](mailto:meutequebecoise@sympatico.ca)
- > Le Conseil du statut de la femme, [csf@csf.gouv.qc.ca](mailto:csf@csf.gouv.qc.ca)
- > Les normes canadiennes de la publicité, [info@normespub.com](mailto:info@normespub.com)
- > Le Réseau québécois d'action pour la santé des femmes, [audacieuse@rqasf.qc.ca](mailto:audacieuse@rqasf.qc.ca)

N'hésitez pas à vous plaindre, votre geste pourrait avoir un effet d'entraînement assez surprenant !

Quelques jours plus tard, un séminaire sur les femmes et les médias réunit une brochette d'invitées. La sociologue Francine Descarries, une des conférencières, commente quelques publicités particulièrement sexistes, extraites de magazines français et québécois. « Je constate que malheureusement, le corps de la femme est utilisé comme une marchandise. On pensait que la société québécoise avait fait assez de progrès, mais il y a eu un excès de confiance, et on s'est fait flouer. »

## Les faiseurs d'images

De leur côté, les publicitaires se montrent très prudents lorsqu'il est question de l'image de la femme. Plusieurs créateurs expliquent, par exemple, qu'ils mettent la beauté féminine en valeur de la même façon qu'ils choisissent parfois un beau paysage pour promouvoir leur produit, sans pour autant user de sexisme.

## LES BOÎTES À IMAGES

### Prise 1

Lorsque l'on demande à **Jordi Sampere** si les photos des modèles sont retouchées, le directeur artistique de l'agence Publicis, admet qu'elles sont truquées. « Bien sûr, répond-il. Je consacre une bonne partie de ma journée à estomper les rides pour les publicités de crèmes, à masquer les petites imperfections autour de la bouche, à blanchir les dents ou l'intérieur des yeux. Le but des entreprises, c'est de vendre de la beauté et une part de rêve. »

### Prise 2

Le photographe **Jean Blais** partage un peu le même point de vue, satisfaire ses clients, à savoir les agences de publicité. Récemment, il a photographié pour une publicité de bas-culottes les jambes très fines d'un mannequin dont les dimensions correspondaient à celles de moins de 1% de la population. « Je les ai encore retouchées après la prise de vue en les étirant de 30 à 40 %, explique-t-il. Je m'arrête lorsque le corps commence à avoir l'air bizarre. »

### Prise 3

**Dominique Malaterre**, photographe de l'agence Tilt, constate les fortes pressions exercées par les publicitaires pour fabriquer une image de femmes toujours plus jeunes. « Lorsque les agences me demandent de leur proposer des mannequins pour personnifier une femme de 40 ans, j'invite aussi des filles de 25 ans. Je sais qu'il y a de fortes chances pour qu'elles soient choisies. La tendance au jeunisme m'inquiète beaucoup. »



Jean-Pierre Desaulniers, professeur au Département de communications de l'UQAM, se dit optimiste sur la capacité de discernement du public. «La publicité n'est jamais tenue de dire la vérité, dit-il, car pour vendre il faut améliorer l'image... Par ailleurs, les gens ne sont pas naïfs, ils savent décoder les images dont on les bombarde quotidiennement.»

Claude Cossette, un autre des fondateurs de l'agence de publicité du même nom, se montre peut-être moins optimiste. Selon lui, même les consommateurs très informés se laissent berner par les messages publicitaires toujours plus nombreux dans notre quotidien. «C'est terrible de constater à quel point la publicité peut être dévastatrice chez les jeunes, indique le professeur en communication sociale. Les filles, par

exemple, s'endettent pour acheter des vêtements conformes à l'image qu'elles se font de la beauté et de la séduction.» Il remarque que bien des jeunes femmes d'aujourd'hui donnent une place prépondérante à leur corps. Elles cherchent à attirer l'attention en se teignant en blonde ou en arborant une silhouette mince, gage de leur volonté à résister aux sollicitations continues pour manger toute la journée.

## Des mouvements de résistance

«La force de la pub, c'est le matraquage.» Selon Luc Dupont, spécialiste des images, les concepteurs privilégient le modèle d'une fille toujours plus mince, plus grande, à la musculature souvent masculine, comme une

**Un contenu médiatique vous apparaît inapproprié ou offensant? Que faire?**

Parcourez le site du Réseau Éducation-médias et consultez la rubrique «Passer à l'action».

Voir la section **Ressources à connaître**

**L'image des femmes dans les médias vous préoccupe?**

Le Centre de santé des femmes de l'Estrie propose un atelier ayant pour objectifs d'aider les participantes à identifier les messages stéréotypés sur le poids et l'image corporelle, d'explorer leurs impacts sur les individus pour ainsi développer un regard plus critique et réaliste quant aux modèles présentés dans les médias.

Vous aimeriez participer à un atelier sur la question? Parlez-en à une ressource de votre milieu, le Centre de santé des femmes de l'Estrie se fera un plaisir de partager son expérience.

Voir la section **Ressources à connaître**

combattante des villes. Un idéal véhiculé par les vidéoclips, souvent tournés par les mêmes réalisateurs qu'en publicité, les émissions de télé-réalité, ou la mode. Il remarque ainsi que cette dérive vers une exploitation de l'image féminine se dissimule souvent derrière un phénomène comme le *Girl Power* qui entend faire croire aux femmes qu'elles ont atteint l'équité. «À la fin des années 70, montrer ses fesses c'était sexiste alors qu'en 2004 c'est prendre le contrôle!...»

Selon la sociologue Francine Descarries, cet appel à la sexualisation se justifie par la fausse illusion que les femmes ont tous les pouvoirs. Rien de plus faux à ses yeux, car seule une infime minorité a vraiment les moyens d'agir sur une société encore patriarcale. «Il faut agir et se servir du fait qu'il existe des organismes comme Les normes canadiennes de la publicité et leur adresser des plaintes, car depuis les années 80 on a peut-être trop relâché la garde,

**Lina observe que les publicités utilisent de plus en plus le corps de la femme pour vendre n'importe quel produit.**

**Des publicités souvent dénigrantes ou dépréciant carrément les femmes. Elle constate qu'elle n'est pas la seule, dérangée par cette tendance et sourit lorsqu'elle aperçoit un autocollant «Non aux publicités sexistes» apposé sur une affiche.**





explique la professeure. On doit se montrer attentive et contacter les annonceurs lorsque la publicité n'est pas acceptable,...» Une façon pour les consommatrices averties de rappeler aux uns et aux autres qu'elles recherchent des images plus crédibles, plus authentiques et peut-être moins fabriquées. ●

***Vous aimeriez que les médias présentent des femmes plus représentatives du public visé, tant sur le plan de l'âge que celui de la diversité des silhouettes? En fait, vous croyez que le monde des médias et des communications devrait se doter d'un code d'éthique?***

Le Réseau québécois d'action pour la santé des femmes vous invite à lui soumettre vos idées et vos commentaires quant aux éléments qui, selon vous, devraient se trouver dans un tel code d'éthique.

Voir la section **Ressources à connaître**

# Audacieuses

**[www.rqasf.qc.ca](http://www.rqasf.qc.ca)**



**Condition féminine Canada** **Status of Women Canada**

## Au service des femmes depuis 32 ans

Acteur de la première heure sur la scène de l'égalité, le **Programme de promotion de la femme (PPF)** a été créé en 1973, dans la foulée de la Commission royale d'enquête sur la situation de la femme.

Par l'entremise du Programme de promotion de la femme, Condition féminine Canada offre soutien financier et services professionnels aux groupes de femmes et aux autres organisations qui travaillent en faveur de l'égalité des sexes; aussi les aide-t-il à faire connaître et reconnaître les enjeux que pose l'égalité des femmes et à les inscrire à l'ordre du jour des divers débats qui animent notre société.

Nous sommes fières d'accompagner le Réseau québécois d'action pour la santé des femmes dans un travail fondamental, celui de changer attitudes et comportements tant des femmes que des hommes à l'égard des diktats de beauté et, en conséquence, de la séduction qu'exercent les méthodes aussi diverses qu'inouïes de transformation du corps féminin.

Thérèse Lamartine  
Directrice  
Région du Québec/Nunavut

# MAIGRIR? MAIS POURQUOI? ET À QUEL PRIX?

Fannie Dagenais



Au Québec, près de 50 % des femmes de poids normal souhaitent maigrir, alors que 70 % des adolescentes et une fillette de 9 ans sur trois font des efforts répétés pour contrôler leur poids. Il ne se passe plus une journée sans que les médias ne sonnent l'alarme d'une épidémie d'obésité, et la préoccupation excessive à l'égard du poids gagne du terrain. Plutôt paradoxal quand on pense que cette préoccupation incite les gens à utiliser des diètes draconiennes, qui elles-mêmes favorisent... le gain de poids ! Voilà une situation qui non seulement profite au marché de la beauté et de l'amaigrissement, mais qui représente aussi une menace à la santé et au bien-être des femmes de tous âges.

## *Des chapelets de régimes*

« J'ai commencé à me préoccuper de mon poids vers 14 ans. Ma mère avait alors décidé de suivre elle-même une diète. C'est comme ça qu'elle nous a embarquées ma sœur et moi... », raconte Francine, 52 ans. Les diètes, elle les a toutes faites, comme elle le dit elle-même. Et elle n'est pas la seule.

Pilules miracles, diètes draconiennes et potions aux vertus douteuses : le marché de l'amaigrisse-

ment a très bien su tirer avantage de la course à la minceur. En 2003, l'Association pour la santé publique au Québec (ASPQ) répertoriait près de 350 produits et services amaigrissants disponibles au Québec. Aux États-Unis, de 40 à 50 milliards de dollars par année seraient dépensés pour maigrir. Chaque jour, des sommes exorbitantes sont investies en publicité et en marketing pour nous vendre LA perte de poids rapide, spectaculaire et sans effort. Pas surprenant que bon nombre d'entre nous se fassent prendre au piège...

*Aux États-Unis, de 40 à 50 milliards de dollars par année seraient dépensés pour maigrir.*

Si l'industrie de l'amaigrissement se remplit toutefois pas ses promesses. Les résultats d'un sondage mené par l'ASPQ démontrent que 45 % des femmes qui utilisent des produits ou services amaigrissants font plus de deux tentatives par année pour perdre du poids. Malgré les efforts et les privations

que s'imposent ces femmes, celles-ci finissent la plupart du temps par reprendre le poids perdu, et même plus à long terme. Tout est alors à recommencer. C'est ce qu'on appelle le syndrome du yoyo.

*\*\* (Voir l'encadré Cinq vérités sur les diètes)*



**un pas  
de plus**

***Vous êtes préoccupée par votre poids, mais est-ce devenu une obsession?***

*L'obsession de la minceur* est un guide élaboré par le Centre des femmes de Verdun dont les objectifs sont : de dédramatiser les rapports conflictuels qu'entretiennent les femmes à l'égard de la nourriture et de leur corps ; d'examiner les dangers auxquels s'exposent les femmes en voulant atteindre un idéal de minceur ; de leur permettre de définir leur propre modèle de santé ; de faire connaître la notion de poids naturel ; de promouvoir une image sociale de la beauté qui tienne compte du droit à la différence et de la diversité des corps et de développer des habiletés d'affirmation de soi face à leur entourage immédiat et social.

Quelques copies de ce guide sont encore disponibles au coût de 12\$. Pour commander votre exemplaire, communiquez avec le Centre des femmes de Verdun.

Voir la section **Ressources à connaître**



Ce syndrome, Francine l'a elle-même expérimenté. « Mon poids a beaucoup varié au cours de ma vie, entre 115 et 230 livres. Et mes pertes de poids ont toujours été suivies d'une prise de poids plus importante que ce que j'avais perdu. Chaque fois je me



**un pas  
de plus**

***Vous appréciez une publicité ou une initiative qui valorise la diversité des silhouettes féminines? Pourquoi ne pas soumettre sa candidature pour le Prix Corps-Accord?***

Remis annuellement par la Coalition Corps-Accord, lors du 6 mai - *Journée internationale sans diète*, ce prix récompense une entreprise ou un contenu médiatique qui valorisent une vision de la beauté et du charme féminin englobant la diversité naturelle de tous les formats corporels.

Pour soumettre une candidature ou pour obtenir plus d'information, communiquez avec la Coalition.

Voir la section **Ressources à connaître**

retrouvais avec une quinzaine de livres en plus. L'espèce de vulnérabilité que je ressentais quand je réussissais à être plus mince, amenait des crises de débordement alimentaire, ce qui faisait que je pouvais reprendre 20 livres en un mois. J'avais l'impression de retrouver le contrôle sur ma vie quand je réussissais à contrôler mon poids, alors que c'est justement l'inverse qui se produisait».

L'échec des diètes est généralement occasionné par la méthode elle-même, trop draconienne pour qu'on puisse la maintenir à moyen ou à long terme. De plus, le fait de se retrouver continuellement en situation d'échec a un impact très négatif sur notre estime de soi. « Échec par-dessus échec, ça alimentait mes dépressions. J'étais continuellement frustrée », raconte Francine.

Mais ce n'est pas tout. Le mal-être général des gens qui ne s'acceptent pas et qui sont à la recherche du corps parfait a des répercussions importantes sur leur qualité de vie. « Ma vie sociale était beaucoup reliée à mon poids. Quand j'étais mince, j'étais portée à aller vers les autres.

# 5 Vérités sur les diètes amaigrissantes

Aussitôt que j'avais un peu d'embonpoint, je m'isolais. Je ne sortais plus, je n'allais plus danser, je n'allais plus nulle part. Quand un gars s'approchait, je lui disais : "Tu ne vois pas là que je suis grosse?". S'il disait : "Moi je t'aime de même", je lui répondais : "T'es pas ben, là..." ». Les personnes désireuses de perdre du poids se désinvestissent souvent par rapport aux comportements santé, croyant que la perte de poids doit venir en premier. En fait, nous aurions tous avantage à entretenir nos contacts sociaux et nos activités physiques, quel que soit notre poids.

On comprend qu'il est très rentable, pour l'industrie de l'amaigrissement, que les femmes se trouvent dans un état d'insécurité permanent. On comprend également que cette industrie n'aura jamais intérêt à nous dire que nous sommes assez minces. Mais où donc s'arrêtera cette quête du corps parfait? Comment en sommes-nous arrivés, comme société, à faire passer la beauté avant le bien-être des individus?

## Un problème de société

Dans une société où des modèles de beauté

### 1. Les diètes présentent des risques pour notre santé physique.

La plupart des diètes sont associées à des carences en vitamines et minéraux ou en énergie, ou encore à différents effets secondaires tels que la déshydratation, la fatigue, la difficulté à se concentrer, des troubles digestifs, une perturbation hormonale, etc. Notre corps a besoin de l'énergie, des vitamines et des minéraux fournis par les aliments pour bien fonctionner. En le privant de nourriture, on l'expose à différents problèmes de santé.

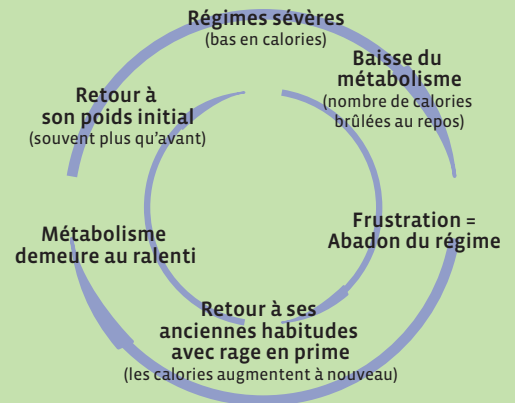
### 2. Les diètes présentent des risques pour notre santé mentale.

Le fait de se priver, et ce, malgré la sensation de faim, nous amène à développer une relation négative avec la nourriture et le plaisir de manger. Dans certains cas, la nourriture devient une telle préoccupation qu'elle prend la forme d'une obsession, qui peut amener le développement de troubles de comportements alimentaires (anorexie, boulimie). De plus, les nombreux échecs rencontrés par les personnes qui suivent des diètes amènent une détérioration de l'estime de soi.

### 3. Les diètes ne sont généralement pas efficaces et peuvent mener à un gain de poids.

Bien qu'elles réussissent parfois à perdre du poids à court terme, la majorité des personnes qui suivent des diètes finit en général par reprendre le poids perdu – et même plus! — à long terme. Le corps réagit à une diète de la même manière qu'à une famine : en réduisant sa consommation d'énergie. Lorsqu'on recommence à manger comme avant, ou plus qu'avant à cause de la privation qu'on s'est imposée, notre corps a tendance à entreposer sous forme de

graisse les calories qu'il reçoit enfin. On reprend donc le poids perdu et souvent davantage.



### 4. Les diètes peuvent nous amener à perdre du muscle et non des graisses.

Les diètes restrictives promettent généralement une perte de poids très rapide. Toutefois, une perte de poids très rapide s'explique généralement par une déshydratation et une perte de masse musculaire plutôt que de graisses. Une perte de poids graduelle (1 à 2 livres ou 0,5 à 1 kilo par semaine maximum) favorise la perte de graisse et non de muscle.

### 5. Au lieu de suivre des diètes, nous aurions TOUS avantage à améliorer nos habitudes de vie.

L'apparition et l'évolution des maladies dépendent d'une multitude de facteurs autres que le poids (hérédité, habitudes de vie, etc.). Par contre, l'amélioration des habitudes de vie (saine alimentation, activité physique) diminue le risque de développer des maladies chez les personnes de tous gabarits.

inaccessibles sont omniprésents, et où les préjugés et commen-

taires désobligeants à l'égard des grosses personnes sont banalisés, peut-

on s'en vouloir de désirer être mince? Même le discours médical, sans le vouloir, nourrit cette hantise du gras et du gros. Il n'est pas facile de vivre avec ses rondeurs dans un monde où la minceur est synonyme de beauté, de santé, de réussite, de bonheur, voire d'idéal à atteindre.

un excès de poids a augmenté de près de 50%. Le problème est donc bien réel. Les experts s'entendent en général pour dire que cette augmentation est principalement due à l'évolution de notre style de vie. Nous serions portés à manger plus et à bouger moins que nos ancêtres. La popularité des diètes amaigrissantes et le gain de poids qu'elles peuvent occasionner, pourraient

De 1987 à 1998, la proportion des personnes de 15 ans et plus présentant



### ***Votre poids vous préoccupe?***

Offert depuis près de 20 ans par le Groupe d'action sur le poids Équilibre, le programme **Choisir de maigrir?** a pour objectif d'amener les participants et participantes à prendre une décision éclairée par rapport à leur perte de poids. Les personnes sont amenées à réfléchir et à agir sur leur relation à leur corps, leur alimentation et l'activité physique. Elles sont invitées à élaborer leur propre plan d'action. Une diététiste-nutritionniste, une intervenante psychosociale et une spécialiste en activité physique les accompagnent tout au long de leur démarche. Le programme est offert dans différents établissements de santé ou centres communautaires.

Voir la section **Ressources à connaître**

***Vous aimeriez rencontrer des personnes rondes comme vous, et faire des activités ensemble pour briser votre isolement tout en faisant la paix avec votre corps?***

Québec-Plus est une association qui regroupe des personnes rondes de la grande région de Montréal et qui organise diverses activités: friperie taille plus, atelier «Vivre autrement ses rondeurs», club de marche, baignade, etc. Vous aimeriez organiser un tel mouvement dans votre région? Québec-Plus peut vous aider en vous donnant les outils nécessaires.

Voir la section **Ressources à connaître**





aussi contribuer au problème.

Plutôt que de consacrer nos énergies à essayer de maigrir à tout prix, pour nous conformer à un modèle corporel unique, nous aurions avantage à améliorer nos habitudes de vie. Le gain de poids est la manifestation du problème, non pas le problème en soi. N'oublions pas qu'il est naturel, dans une population, de retrouver des individus aux silhouettes variées. N'oublions pas non plus que l'adoption de saines habitudes de vie, comme manger sainement et être plus actifs, contribue à améliorer la santé de tous, peu importe notre silhouette.

Manger et maigrir, une double obsession!

Même si les causes de l'obésité demeurent encore mal connues, on s'entend en général pour dire que notre poids corporel et notre silhouette seraient le résultat de l'interaction de plusieurs facteurs, tels l'hérédité, l'alimentation, l'activité physique, le métabolisme, l'âge et l'activité hormonale. Trop souvent, nous avons ten-

Mythe ou réalité ?

1. Pour être en santé, il faut être mince.	<input type="radio"/> Réalité	<input type="radio"/> Mythe
2. Les hommes sont plus nombreux que les femmes à présenter un excès de poids.	<input type="radio"/> Réalité	<input type="radio"/> Mythe
3. Quand on mange peu, l'estomac rétrécit.	<input type="radio"/> Réalité	<input type="radio"/> Mythe
4. Une grosse personne mange nécessairement plus qu'une personne mince.	<input type="radio"/> Réalité	<input type="radio"/> Mythe
5. En améliorant nos habitudes de vie (mieux manger, être plus actif), on améliore notre santé même si on ne perd pas de poids.	<input type="radio"/> Réalité	<input type="radio"/> Mythe

SOLUTIONS

1. **Mythe!** Une grosse personne qui adopte de saines habitudes de vie (saine alimentation, activité physique) peut être en meilleure santé qu'une personne mince qui s'alimente mal et qui est très sédentaire, par exemple.
2. **Réalité!** Et l'accumulation de graisse dans la région du ventre ou la « bedaine » comporte plus de risques pour la santé que la « culotte de cheval » située aux hanches et aux cuisses des femmes.
3. **Mythe!** L'estomac est un muscle et ne change pas de taille : il peut s'étirer lorsqu'il se remplit, mais il reprend toujours sa taille initiale en se vidant.
4. **Mythe!** Le nombre de calories occasionnant un gain de poids n'est pas le même pour tous. On estime d'ailleurs que 25 à 40 % des facteurs associés à l'obésité impliqueraient des facteurs génétiques.
5. **Réalité!** Des études ont démontré que le simple fait d'améliorer certaines habitudes de vie (saine alimentation, activité physique), sans nécessairement perdre du poids, permettrait de faire diminuer le taux de mauvais cholestérol et d'augmenter le taux de bon cholestérol dans le sang, diminuant ainsi le risque de maladies cardiovasculaires.
- La version plus détaillée du solutionnaire est disponible sur le site internet d'Équilibre : [www.equilibre.ca](http://www.equilibre.ca)

# Ma diète Miracle

**Objectif : Être bien dans ma peau**

## PLAN ALIMENTAIRE

### ✚ Aliments permis: tous

*J'adopte une alimentation équilibrée et variée. Je me rappelle que manger sert à nourrir mon corps, cette merveilleuse machine dont je dois prendre soin. Je cultive le plaisir de bien manger en découvrant de nouvelles saveurs.*

### ✚ Aliments interdits: aucun

*Je ne m'interdis aucun aliment que j'aime. Lorsque je m'offre ces petits plaisirs, j'en profite pleinement, sans culpabilité. Je savoure chaque bouchée.*

### ✚ Quantités permises: selon mon appétit

*J'écoute mon corps, car il est le mieux placé pour me dire ce dont il a besoin. Je me fie à mes signaux de faim et de satiété pour identifier les quantités d'aliments dont j'ai besoin plutôt que de me fier aux règles préétablies par des diètes.*

*\* Pour en savoir plus sur l'écoute des signaux de faim et de satiété, consultez le site internet d'ÉquiLibre.*

## RÈGLES À SUIVRE

○ Je mets de côté les modèles de beauté irréalistes de notre société pour ainsi mieux respecter les différents formats corporels, en commençant par le mien !

○ Je passe moins de temps à me préoccuper de mon apparence et davantage à me faire plaisir.

○ Je reconnais mes qualités et mes talents. Je les apprécie et je donne la chance aux autres de les découvrir.

○ Je cesse de faire ou d'accepter des commentaires désobligeants sur mon apparence.

○ Je relègue les diètes aux oubliettes.

○ Je renoue avec le plaisir de manger sainement.

○ Je fais de l'activité physique pour le plaisir.

○ Je m'accorde des moments de détente.

○ J'ai confiance en mes capacités.

## RÉSULTATS ATTENDUS

○ Éprouver du plaisir à manger et à bouger.

○ Avoir du plaisir à être moi-même.

○ Me sentir bien avec les autres.

○ Développer mon potentiel de santé afin de profiter le plus pleinement possible de la vie.

Feuille à découper

dance à considérer l'obésité comme un phénomène purement individuel, comme si le poids d'une personne était totalement sous son contrôle ; c'est ce qui nous amène à négliger les enjeux collectifs qui se cachent derrière ce problème : « S'il veut maigrir, il n'a qu'à moins manger ! », diront plusieurs. Si l'individu a longtemps porté seul la responsabilité de ses choix en matière de santé, on reconnaît désormais que l'environnement, la société dans laquelle il vit, a aussi sa part de responsabilité.

À l'ère où la productivité est sans cesse mise de l'avant et où le manque de temps est généralisé, où la restauration rapide et les mets préparés sont omniprésents, où la grosseur des portions ne cesse d'augmenter et où les tablettes de nos supermarchés regorgent d'aliments riches en gras et en sucre, il n'est pas facile de faire des choix santé. Dans une société d'automatisation, où les routes sont conçues pour des voitures et non des vélos et où les escaliers laissent place aux ascenseurs, quoi de plus facile que d'être plus sédentaire ! Et lorsque tous les jours on est confronté à des idéaux de beauté inatteignables,

**Partagez cette diète miracle avec votre famille, vos collègues de travail et vos amies !**

n'est-il pas difficile de s'accepter et de ne pas chercher à maigrir?

Ainsi, les valeurs véhiculées par notre société nous amènent à manger plus, à bouger moins et à utiliser toutes sortes de méthodes pour contrôler notre poids.

Paradoxalement, cette même société nous impose un modèle de beauté unique, caractérisé par la minceur extrême. Il n'est pas surprenant qu'on se sente si insatisfaites! Il est temps de revoir nos façons de penser et de vivre. Non?

## Le pouvoir de changer les choses

Comme société, nous avons le droit de revendiquer des lois plus sévères à l'égard de l'industrie de l'amaigrissement pour en finir avec la publicité trompeuse et les méthodes bidon qui nuisent à notre santé. Nous avons le droit de revendiquer un milieu de vie où il est plus facile de bien manger et de pratiquer des activités physiques. Nous avons aussi le pouvoir de changer nos mentalités, nos façons de voir les choses, nos valeurs et préjugés par rapport au

corps et à la beauté. Nous avons le droit de dire NON à ce modèle de beauté unique et OUI à la diversité. Et nous avons le pouvoir de mettre fin à cette quête du corps parfait qui nous entraîne à notre perte.

## Me choisir... et oser le dire!

Après 37 années de lutte contre sa propre nature, Francine a pris une grande décision. «J'ai choisi de vivre! J'ai décidé de ne plus essayer de maigrir, mais plutôt de m'accepter et d'avoir une vie plus heureuse. J'ai recommencé à nager, chose que j'avais complètement mise de côté. J'ai arrêté de m'en faire avec la nourriture. J'essaie d'améliorer mon alimentation, mais je ne me sens plus coupable après avoir mangé un sac de chips. Je me suis trouvé un nouvel emploi me permettant de travailler avec les enfants, ce qui avait toujours été mon rêve. Le plus drôle, c'est qu'à travers tout ça, mon poids est demeuré stable, pour la première fois depuis très longtemps!»

Mais ce changement, s'il regarde toute la société et doit relever de décisions politiques, ne doit-il pas, comme dans le cas de Francine, commencer



***Vous aimeriez qu'il y ait un endroit sympathique où trouver des vêtements pour les grandes tailles à des prix intéressants? Vous avez l'esprit entrepreneur? Le Centre d'éducation et d'action des femmes (CÉAF) de Montréal peut vous inspirer.***

Initiative du CÉAF, *Taillissimo* est un projet, pensé par et pour des femmes, visant à célébrer la beauté en rondeur et en offrant un choix de vêtements neufs et presque neufs à des prix abordables. *Taillissimo* se donne aussi comme défi de développer l'esprit critique des gens sur l'image du corps de la femme dans la société. Plusieurs idées sont en ébullition : défilés de mode commentés abordant la question des stéréotypes de beauté, documentation alternative au sein même de la boutique. Si le projet vous intéresse, vous pouvez visiter la boutique au 2269 rue Ontario Est à Montréal ou communiquer avec le CÉAF.

Voir la section **Ressources à connaître**

par soi-même? En tant que femme, j'ai le droit de remettre en question ces modèles androgynes que l'on définit comme étant la VRAIE femme. Je peux questionner l'influence qu'ils ont sur mes comportements, mais aussi sur ceux de mes enfants. Je peux prendre conscience de ce qui m'est imposé, de ce que je choisis. Je peux ne pas avaler tout ce que la publicité me présente et douter de l'efficacité des pilules miracles. Bien sûr, j'ai le droit de vouloir être attirante, de paraître à mon avantage. Mais j'ai aussi le droit d'être bien dans ma peau. Le

fait de vouloir être aimée n'est pas un crime. Ni celui de rester moi-même, de m'aimer et de me laisser aimer telle que je suis. J'ai le droit d'avoir le choix! ●

*Fannie Dagenais est diététiste-nutritionniste et directrice d'ÉquiLibre, groupe d'action sur le poids.*



# **Audacieuses**

**www.rqasf.qc.ca**

## **SANTÉ DES FEMMES**



***Au-delà  
des discours,  
du concret***

**La FTQ, la plus grande  
centrale syndicale  
au Québec,  
agit au quotidien  
pour améliorer  
la santé des femmes**



**FTQ**

Fédération  
des travailleurs  
et travailleuses  
du Québec

**[www.ftq.qc.ca](http://www.ftq.qc.ca)**

# Le dénigrement qui mine

Diane Prud'homme



L'image corporelle de la femme la rend vulnérable aux commentaires, aux critiques, au dénigrement. La limite entre une parole indélicate et la violence verbale de la part du conjoint est très subtile, insidieuse. La femme devra reconnaître ces indices pour comprendre qu'il veut ainsi exercer son pouvoir de domination. La violence conjugale ne laisse pas que des bleus.

## Mine de rien

Saviez-vous qu'il existe un lien étroit entre la violence conjugale et les standards de beauté auxquels on pousse les femmes à adhérer? Ce lien réside dans la vulnérabilité que vivent les femmes quant à leur apparence. Glisser ici et là, subtilement et au moment opportun, des remarques désobligeantes et humiliantes sur l'apparence de sa compagne ne peut que semer en elle, à la longue, le doute sur son image, sa beauté, son pouvoir de séduction. Et pourtant, rien n'y paraît.

Quand on interroge une femme sur la violence qu'elle subit de la part de son conjoint, rarement

évoque-t-elle les attaques verbales répétées à propos de son image corporelle. On a beau la subir ou en être témoin, on ne l'identifie pas; elle n'atteint pas notre conscience. Nous sommes si habituées à voir notre corps observé, commenté, critiqué par les uns et les autres, que les remarques acérées passent souvent inaperçues. Pourtant, il s'agit bien là de violence.

Si un homme sait valoriser et complimenter pour attirer et séduire, il peut aussi dénigrer pour enraciner son pouvoir. Des paroles comme «Tu serais si belle si tu n'avais pas cette cellulite», ou «Regarde de quoi tu as l'air!», ou encore «Pas un autre homme ne voudrait de toi!», ont forcément

un impact sur l'estime de soi de la femme qui les reçoit. Et accuser le coup, c'est lui confirmer qu'il a raison, c'est lui ouvrir la porte au contrôle, à la dépossession de soi. Lorsqu'une attaque de ce type survient une fois, on peut toujours le mettre sur le compte d'une indisposition quelconque. Mais lorsqu'elle se répète, et toujours au

bon moment, ce n'est plus un hasard. Et son intention est claire: détruire l'estime de soi de sa victime pour mieux la dominer, en faisant en sorte qu'elle se sente de plus en plus moche, en perte de confiance, isolée. Cet homme sait que dominer une femme qui se sent belle, libre et en pleine possession de ses moyens est un défi

**Plusieurs d'entre nous avons été témoins de blagues sur «les gros seins», contées lors de réunions de famille. Rien de bien méchant, diront certains. Toutefois, quand ces propos deviennent choses courantes...qu'en est-il? Sylvie, exaspérée par les blagues que son beau-frère lui adresse à tout coup, lui demande d'expliquer pourquoi elle en est toujours la cible. Elle obtient un long silence en guise de réponse...**



de taille. Ainsi faut-il fragiliser cette assurance !

## *Au-delà des apparences*

Si la violence ciblant l'image corporelle n'est pas propre aux relations de couple (elle est, par exemple, fréquente à l'école où un enfant timide, aux oreilles

décollées, aux lunettes épaisses ou aux vêtements démodés, subira les moqueries de ses camarades), elle y revêt un caractère particulier : le sentiment d'échec que bien des femmes, même parmi les plus conformes aux standards, éprouvent de ne pouvoir correspondre au modèle féminin prédominant.

Cette forme de violence, il faut non seulement la reconnaître, mais la situer dans son contexte social et tracer son parcours. Dès leur plus jeune âge, les femmes sont conditionnées à se préoccuper de leur apparence. Elles se font sans cesse rappeler l'importance d'être jolies et de soigner leur corps pour le garder jeune,

mince et parfaitement lisse. Pourquoi ? Pour toujours plaire aux hommes. Un des effets pervers de ce discours sur la beauté féminine est qu'il permet à tous, dont aux hommes, de commenter le corps des femmes. « Non seulement cette situation rend les femmes vulnérables, observe Diane Prud'homme, elle leur fait aussi perdre leur

# *Louise et Paul*

Peu à peu, Paul s'est mis à passer des commentaires sur sa taille. Sur le coup, Louise ne s'y est pas attardée, les croyant passagers. Mais ils se sont répétés. Ils sont devenus monnaie courante. Et ils l'ont affectée jusqu'au point où elle s'est persuadée qu'elle avait bien 25 kilos de trop, elle qui avait toujours maintenu son poids santé. Paul avait établi un climat de tension perpétuelle autour de la nourriture : « Il avait toujours un mot à dire sur ce que je mangeais. Si je m'achetais une ou deux pâtisseries pour la semaine, en plus du pain, son regard se durcissait et il me lançait : "Je ne suis pas sûr que ta ligne va encaisser le coup !" » Quand je me déshabillais, il lui arrivait de demander si je n'avais pas pris "une livre ou deux". Comme si c'était mesurable à l'œil nu ! Il manifestait sa désapprobation sans jamais hausser le ton, et

justifiait ainsi, de façon implicite, sa panne de désir... parce qu'effectivement, il ne me touchait plus. Il passait des remarques valorisantes sur les femmes minces, et méprisantes sur les rondes. Son regard me poursuivait... mine de rien. »

Paul est parvenu à ses fins : Louise s'est désormais vue grosse, alors qu'elle avait toujours été valorisée pour sa féminité et sa coquetterie. Sa perception déformée d'elle-même l'a même empêchée de saisir les regards intéressés des autres hommes. Elle se trouvait quasi privilégiée d'avoir un mari comme Paul, même s'il évitait l'intimité. Non seulement, elle s'est davantage soumise à ses volontés, mais elle s'est mise à cacher son corps sous des vêtements amples, en prenant des bains moussants plutôt que des douches, à manger

en cachette, coupable de ne pas se rendre enfin désirable pour son mari. Elle ne réclamait plus de caresses, ne lui parlait plus de ses besoins, ne s'aimait plus. Elle se tenait même responsable du déclin du couple comme si elle, ou du moins son poids, était la cause de la « panne de désir » de son mari. C'est là une caractéristique des situations de violence : à force de se faire dire que c'est notre faute, on finit par être convaincu que le problème vient de soi. Or, Louise était à ce point dévorée par le blâme de son mari sur son poids, qu'elle était incapable de décoder la véritable cause de la situation : dans les faits, Paul se sentait étouffé par le mariage et avait utilisé le prétexte du poids pour justifier son mal-être et la quitter. Jamais il n'est venu à l'esprit de Louise qu'elle était victime de violence conjugale.

pouvoir sur leur corps comme s'il était propriété publique. Alors, quand dans une relation de couple un partenaire cherche à contrôler l'autre, l'image corporelle représente pour lui une prise de plus. Et qu'elle est efficace!»

### Comme sur le dos d'un canard

Retenons de tout ceci une chose essentielle : les attaques qui visent l'image corporelle ont sûrement un impact moindre sur les femmes qui se sentent bien dans leur peau et qui se réalisent autrement que par la seule apparence. C'est donc dire que plus les femmes refusent de jouer à tout prix le jeu du physique agréable, de la minceur et de la jeunesse, plus elles refusent de se nier pour répondre aux pressions extérieures. Alors plus les attaques glissent sur leur dos en y laissant des marques moindres, plus elles ont du pouvoir sur leur vie. ●

*\* Diane Prud'homme est coordonnatrice des dossiers liés à la problématique de la violence conjugale au Regroupement provincial des maisons d'hébergement et de transition pour femmes victimes de violence conjugale.*



## Comment est-ce que je me sens dans ma relation de couple?

- » Est-ce que je crois d'emblée mon conjoint quand il commente mon apparence? Surtout quand il me critique?
  - » Ai-je l'impression que je dois me conformer à ses goûts pour éviter des tensions dans le couple?
  - » Est-ce que je crains ses réactions dès que je m'affirme dans mes goûts ou que j'apporte un changement à mon apparence (nouvelle coiffure, nouvelle couleur de cheveux, nouveaux vêtements, etc.)?
  - » Est-ce que je me sens de moins en moins libre dans mes choix de vie? Est-ce que je pense
- à ce qu'il pourrait dire ou penser quand je choisis mes vêtements pour une soirée ou un autre événement?
  - » Ai-je moins confiance en moi depuis que je suis avec lui?
  - » Est-ce que je me trouve moins belle qu'avant?
- Si vous avez répondu oui à plusieurs de ces questions, vous pouvez peut-être vous interroger sur le contrôle que votre conjoint tente d'exercer sur votre image. Si c'est le cas, n'hésitez pas à en parler à une personne de confiance, une confidente ou même à une intervenante spécialisée en violence conjugale.

**Le texte *Le dénigrement qui mine vous a touchée. Il vous a fait réfléchir sur la situation d'une femme qui vous est proche, mais vous ne savez pas trop comment aborder la question avec elle. Pourquoi ne pas lui prêter ce magazine, il sera ensuite plus facile d'amorcer une discussion en témoignant de vos propres réflexions sur l'image des femmes.***

## Il ne faut surtout pas s'alarmer, tout n'est pas violence!

Qui n'a pas un jour exprimé ses préférences vestimentaires ou physiques à sa ou à son partenaire?

*J'aime bien quand tu t'habilles en blanc! Je te trouve sexy quand tu portes une barbe de deux jours!*

Comment savoir s'il s'agit de l'expression d'une préférence ou d'une violence?

Mireille a les cheveux longs depuis de nombreuses années. Engagée dans une nouvelle relation amoureuse, elle a envie de changement et décide de faire couper ses cheveux.

### Préférence

Surpris, son conjoint Éric lui manifeste une certaine déception, car il aime bien les cheveux longs. Il la taquine quelques jours, puis cet événement est rapidement oublié.

### Violence

Choqué, son conjoint Éric:

- » Ne manque aucune occasion de lui rappeler comment elle était jolie avec ses cheveux longs (remarque répétitive/harcèlement).
- » La ridiculise aux yeux des autres en la comparant à un garçon manqué (moquerie/humiliation).
- » Ne lui adresse plus la parole pendant deux semaines et lui jette des regards réprobateurs (tension/mépris).
- » Refuse d'accéder à certaines de ses demandes sans raison apparente (bouderie).
- » En profite pour exiger qu'elle se plie à l'une de ses exigences, se faire teindre en blonde, à défaut de quoi...(chantage).

*Il y a violence lorsque l'harmonie est rompue et ne peut être retrouvée que si le ou la partenaire visée accepte de se «conformer» à la volonté de l'autre.*

# Paroles d'hommes

Renée Ouimet



À qui veut-on plaire quand on s'habille, quand on «s'arrange»? Les médias nous disent que pour plaire aux hommes il faut être mince, rester jeune. Certaines femmes finissent par y croire. Elles y mettent une énergie monstre pour essayer de répondre aux critères. Quand elles n'y arrivent pas, elles en perdent même le goût de séduire. Dans un «5 à 7», le Réseau québécois d'action pour la santé des femmes a rencontré huit hommes d'âge et de milieux différents, pour connaître leurs préférences envers les femmes. Surprise! Aucun d'entre eux ne cherche à entretenir une relation avec une femme qui ressemble à un mannequin.

Richard, fin de la trentaine se désole: «J'ai constaté que les médias qui imposent un modèle de beauté aux femmes arrivent à créer chez elles de fausses croyances à l'égard des hommes et du regard de ceux-ci sur elles. En effet, combien de femmes pensent que parce que les hommes regardent et trouvent belles les femmes minces des magazines, ils ne trouveront pas les autres belles?» Une psychothérapeute spécialiste de l'image corporelle relève que 10% des hommes ne désirent que des femmes correspondant au modèle de beauté stéréotypé, 10% désirent des femmes au corps marginal (grosse, très maigre...)

et 80% ont des préférences en lien avec les standards de beauté sans que ce soit une exigence. Le soir de la table ronde, Michael aurait certainement acquiescé à ces chiffres puisqu'il dit: «Je ne connais aucun homme dont la femme ressemble au modèle stéréotypé.»

L'animatrice a présenté des images de femmes différentes et c'est le style de la «beauté au naturel» qui a plu aux hommes présents et qui a fait l'unanimité. Une fille sans fard attablée devant un café dans une pose nonchalante. «Cette fille a l'air bien. Les personnes qui ont l'air bien comme

ça, je trouve ça attirant. Quand je rencontre des femmes qui ont l'air d'un printemps sur deux pattes, les bonjours sortent tout seuls de ma bouche,» dit Jean-Louis dans la quarantaine.

Hakim aime, lui aussi, les femmes qui ont l'air bien dans leur peau: «Une femme qui a l'air de s'imposer quelque chose pour me plaire, ça ne me plaît pas.» Richard a connu une fille mince qui avait un physique à faire l'envie de bien des femmes. «Elle était belle, mais elle ne voyait rien de sa beauté. Je devais la valider constamment. Je ne garde pas de très bons souvenirs de cette expérience, car la chimie qu'il

y avait au début s'est estompée rapidement, en partie à cause de sa perception négative de son corps. Personnellement, je trouve ça infiniment triste de voir des femmes comme Isabelle, en compétition avec le modèle de beauté que les médias imposent. Isabelle faisait tout ce qu'elle pouvait pour s'y conformer. Elle sautait le déjeuner, mangeait des substituts de repas au souper, etc. Le modèle de beauté féminine proposé par l'industrie produisait une insatisfaction permanente chez elle. Et c'est probablement vrai chez beaucoup de femmes. Pourtant, il y a plein de femmes qui ne se conforment pas à cet idéal de beauté purement com-

mercial, et qui sont si belles, telles quelles.»

Quant à André, la cinquantaine avancée, il nous fait part avec tendresse d'un moment de sa vie où ses préférences ont été remises en question : « Je me rappelle, j'ai connu une femme il y a longtemps, elle avait des rondeurs confortables et elle s'acceptait telle qu'elle était. J'ai beaucoup appris à son contact. Ça m'a forcé à m'ouvrir un peu. Avant, je fixais les filles qui ressemblaient aux stéréotypes... Mais la sensualité, c'est quelque chose d'intérieur. Elle m'a séduit, ça a été spontané. J'en ai même été surpris. J'ai appris à son contact que mon horizon pouvait être beaucoup plus large que ce qu'il avait été jusque-là. Avec des rondeurs, c'est l'une des femmes les plus sensuelles que j'ai connue. Elle m'a forcé à réviser mes idées reçues sur la beauté féminine.»

Richard, dans sa vie de célibataire, a eu la chance de connaître une quinzaine de filles en tous genres : des plus petites, des plus grosses, des plus minces, des plus grandes... Et ce qu'il a remarqué, c'est que l'intensité du plaisir et des souvenirs qu'il garde de

ces relations amoureuses n'a absolument rien à voir avec l'aspect physique des filles.

«Après tout, ces filles-là, qu'elles aient été grosses ou petites, grandes ou minces, je les ai toutes trouvées belles et attirantes puisque j'ai eu des rapports intimes avec elles.»

## Les critères

Eh oui, on se pose la question. Mais quels sont leurs critères ? Si on parle d'une soirée sur la *cruise*, le plus important, c'est l'attraction sexuelle. Si, par contre, on parle d'une vraie relation, alors tous les hommes présents s'entendent pour dire que ce n'est pas l'image qui prime, mais plutôt la femme et tout ce qu'elle représente qui sont pris en considération : ses projets, ses qualités, son estime d'elle-même, ce qu'elle dégage, son bien-être. Pour Claude, dans la soixantaine : « Quand on entre en relation, un miracle se produit. »

## Voir sa compagne vieillir

Les hommes présents qui vivent une relation de longue date disent ne pas être gênés de voir vieillir

leur compagne. Cependant, Claude est touché par sa difficulté à elle de vieillir, et il n'est pas le seul à l'exprimer. « Quand on aime les gens, on les trouve beaux et une relation va bien au-delà du corps. C'est toute la personne qu'on trouve belle. »

Hakim a deux

qui approche et il n'y voit pas, lui non plus, de problème. Il est conscient, par



enfants que sa conjointe a longtemps allaités. Ses seins se sont transformés. « Moi, ça ne me dérange pas. Les seins que je vois maintenant, je connais leur histoire et je les aime justement à cause de cette histoire. » André voit que le corps de sa blonde porte les signes de la cinquantaine

contre, du fait que les femmes sont quotidiennement confrontées à des représentations de filles âgées de quinze et vingt ans. C'est à ces jeunes filles qui n'ont jamais enfanté que sa blonde se compare. Après





treize ans de relation, Jean-Louis est toujours autant attiré par sa conjointe. «Ce n'est pas à son corps que je fais l'amour, c'est à elle, c'est nous deux. Ma peur n'est pas reliée au vieillissement ; j'appréhende qu'elle ne ressente plus de désir à la ménopause.»

Tous les participants insistent sur une chose : les femmes se soucient bien davantage de leur apparence, de leurs bourrelets ou de leurs rides qu'ils ne s'en préoccupent eux-mêmes. Ils savent que leur compagne doit faire face aux contraintes extérieures. Pour Stéphane, dans la vingtaine, c'est pire que jamais : «Avec la publicité et les crèmes antirides, les femmes devraient

toutes avoir le même âge, le même look et le même corps!» Et la question qu'elles se posent c'est : «Est-ce que socialement, je suis une personne charmante, acceptable?» Les participants trouvent choquant que la crédibilité des femmes quant à leur goût ou leur jugement soit continuellement remise en question. «Si on parle d'image corporelle, la situation des gars est bien différente de celle des filles,» observe Claude. «Un gars va se poser beaucoup moins la question à savoir si son corps va plaire aux autres gars. La fille, elle, doit en plus de plaire aux hommes, plaire aux autres femmes.»

## De l'apparence au look sexy chez les petites filles

Alors que la soirée tire à sa fin, la discussion bifurque sur l'impact que peut avoir la mode hypersexy sur les petites filles. Nos invités se questionnent ; ils s'inquiètent même. André n'hésite pas une minute : «Je trouve ça épouvantable qu'une enfant qui n'est pas encore rendue à cette étape de développement, ni dans son corps, ni dans sa tête, s'habille comme ça. Elles ont sauté une

coche. À 11 ans, elles agissent comme si elles en avaient 17 ou 18 ans.» Jean-Louis a travaillé avec des enfants de sixième année. Les filles avaient les épaules découvertes. Or, jamais il n'a pensé au regard adulte qui pouvait se poser sur elles. Pour lui, il n'y avait rien de sexuel dans leur comportement, elles vivent leur vie en gang. Michael, pour sa part, s'indigne de cette situation et considère que les parents doivent imposer des limites à leurs enfants. «J'ai dit à mes filles : "vous pouvez vous acheter des jeans taille basse, mais quand vous les portez, vous mettez un chandail long." Ma fille de 11 ans a presque un corps de femme et elle a une mentalité d'enfant. Si je lui permets de s'habiller sexy, ce n'est pas elle qui est dans le tort, c'est moi.»

L'expérience de Richard l'amène à poser le problème différemment. Quand il était au secondaire, la mode était aux jeans. Ses parents refusaient qu'il en porte et il pleurait de ne pas être à la mode. «Si tu refuses des pantalons taille basse à ton enfant, ça entraîne des conséquences. Par contre, c'est terrible que des industriels du vêtement comme Parasucco

et Gap créent, pour faire de l'argent, un marché et une mode pour enfants. Quelque chose a glissé dans les modèles. Avant les petites filles voulaient jouer à la madame et s'habiller comme maman. Aujourd'hui, elles veulent s'habiller comme Britney Spears. Comment faire pour exercer un certain contrôle sans que ton enfant se sente *out*?» Hakim ne veut pas qu'on impose à ses filles des standards de beauté selon lesquels les femmes systématiquement sont sans courbes, sans formes et doivent ressembler à des jeunes

hommes avec des seins. Il se rappelle un défilé de mode à la télévision : les mannequins avaient l'air de sortir de camps de concentration avec leur maigreur et leurs 5 pieds 10. «Avec de telles images, on pousse nos filles vers l'anorexie,» croit-il.

Certes, les hommes ont leurs préférences, mais elles peuvent changer selon les circonstances. Ils sont tout comme nous influencés par les médias. Ce qui demeure malgré tout, c'est qu'ils préfèrent les femmes bien dans



leur peau. Le risque est grand de vouloir plaire à son ex, à son chum, à ses amies, à sa mère. Même si la mode ne présente qu'un seul créneau, les goûts varient d'une personne à l'autre. Ne devrait-on pas avant tout se préoccuper de son propre regard? Et si l'idéal à

atteindre était d'abord de se plaire à soi, en tant que femme, d'être bien dans sa peau, libérée des corsets intérieurs? ●

# ***Audacieuses***

***www.rqasf.qc.ca***

# La BEAUTÉ... MAIS à QUEL PRIX?

Isabelle Mimeault

La quête de la beauté est devenue une industrie monumentale de plusieurs milliards de dollars tant au Canada qu'aux États-Unis. Toutefois, peu de recherches en établissent les coûts sociaux et environnementaux. Au Québec, le Réseau québécois d'action pour la santé des femmes (RQASF) est l'un des organismes, avec la revue *Protégez-vous*, à poser la question des coûts directs et indirects de cette industrie. Voici quelques informations intéressantes à ce sujet.

Pendant que les mannequins maigrissent, l'industrie de la mode, elle, s'engraisse. «Le culte du corps est un marché lucratif», commente Christine Corbeil, directrice de l'Institut de recherches et d'études féministes à l'UQAM. «Il y en a, des sous qui vont aux salons de beauté, de bronzage, aux diètes et aux chirurgies!» C'est sans compter une multitude de crèmes et autres produits esthétiques. Toutes les femmes, des plus pauvres aux plus riches, sont ciblées de plus en plus jeunes pour la consommation de soins de beauté. Imaginez l'intérêt financier que représente une telle clientèle qui pourrait croire, grâce à des

publicités ingénieuses, qu'il est toujours possible d'être plus belle grâce à tel ou tel produit! Qui plus est, «elles gagnent moins que les hommes, mais dépensent beaucoup plus qu'eux pour leur apparence», précise madame Corbeil. Et le revenu des femmes représente moins de 70% de celui des hommes. Tout, dans notre culture, incite les femmes à correspondre à un modèle à suivre. À quel prix?

## Des secrets de beauté

Le saviez-vous? Tous ces mots complexes inscrits sur les étiquettes des produits cosmétiques et leurs promesses seraient

tout simplement des éléments de marketing. Des journalistes de la revue *Protégez-vous* ont interviewé à plusieurs reprises Pierre Ricard, président de l'Association des dermatologues du Québec pour faire la lumière sur les produits anticellulite, sur les crèmes hydratantes pour le visage, les lingettes démaquillantes et même sur les cosmétiques pour hommes.

## La cellulite

Entendons-nous sur un point: il ne s'agit pas d'une maladie. Plus de 80% des femmes ont de la cellulite sur les cuisses, les hanches, le ventre, les bras ou la face interne des genoux. Selon le doc-

teur Ricard, les crèmes anticellulite vendues au rayon des cosmétiques n'agissent que sur la couche superficielle de la peau. Ces produits ne sont donc pas des médicaments. Par conséquent, ils ne peuvent pas faire disparaître la cellulite, contrairement à ce que soutiennent les publicités dans des explications à connotation scientifique. En l'absence d'études indépendantes vérifiables, les arguments des fabricants ne sont pas fondés. Alors, comment y remédier? Si on y tient, une bonne alimentation, de l'exercice et des massages sur les zones concernées sont des solutions qui pourront réduire la cellulite tant redoutée. Ces mé-

# Quiz

(vrai ou faux sur les étiquettes)

- 1. Les étiquettes sont conçues d'abord pour vendre le produit, ensuite pour donner une information.**
- 2. «Hypoallergène» ou «Hypoallergénique»: cette expression signifie que le produit ne causera pas d'allergie.**
- 3. «Testé par des dermatologues» signifie que des dermatologues ont effectué des recherches pour vérifier que le produit est inoffensif.**
- 4. Les vitamines et minéraux ajoutés aux produits en améliorent la qualité.**
- 5. L'expression «Ingrédients biologiquement actifs» est gage d'efficacité.**

Réponses, d'après la revue *Protégez-vous*

- 1. Vrai:** Les étiquettes sont conçues d'abord pour vendre le produit, ensuite pour donner une information.
- 2. Faux:** Selon Santé Canada, il n'existe pas de cosmétique à 100 % non allergène. Le préfixe «hypo» signifie «peu».
- 3. Faux:** «Testé par des dermatologues» signifie qu'un dermatologue était présent lors du test.
- 4. Faux:** Vitamines et minéraux: ils doivent être avalés. Mise à part la vitamine B5 qui revitalise les cheveux, il n'existe pas de preuve que ces nutriments «redynamisent» la peau, par exemple.
- 5. Faux:** L'expression «Ingrédients biologiquement actifs» ne garantit par l'efficacité d'un produit. Une «activité biologique» veut dire qu'une molécule entrant en contact avec notre peau, par exemple, va entraîner une réaction, positive (activité) ou négative (effet secondaire). Cela ne signifie pas «activité significative» ni «produit efficace».

thodes auront aussi un impact positif sur l'ensemble de la personne!

## Les crèmes hydratantes

Les mêmes constats s'appliquent aux crèmes hydratantes. Aucune crème ne peut retarder le vieillissement de la peau. Selon le docteur Ricard: «Le soleil étant une des causes les plus importantes du vieillissement prématuré de la peau, seule une bonne protection contre les rayons solaires peut prétendre prévenir les rides.»

Au rayon des petits pots, beaucoup d'affirmations gratuites circulent au sujet des vertus très précises de vitamines et d'extraits de plantes. Il est donc logique de se demander si les crèmes sont vraiment utiles. La réponse est OUI! La crème hydratante rend la peau plus douce et la protège contre les agents nocifs de notre environnement. Selon Suzanne Gagnon, dermatologue interrogée par la revue *Protégez-Vous*, «aucune crème ne peut remplacer une bonne hygiène de vie: dormir suffisamment, ne pas fumer, gérer son stress et boire assez d'eau (environ un litre et demi par jour).» Ce sont là des principes plus

faciles à énoncer qu'à mettre en pratique. Cependant, ils ont prouvé leur efficacité et leur faible coût.

Comment choisir une crème hydratante? Toujours selon *Protégez-vous*, elle devrait se composer principalement d'eau (au moins 60%) et de différents corps gras. La glycérine, les acides de fruits, les acides aminés, les sucres et l'urée ont la propriété de retenir l'eau dans l'épiderme. Les acides linoléiques et linoléniques favoriseront la restauration de la peau. Quant aux polymères de synthèse comme l'acide hyaluronique, ils formeront, en présence d'eau, des réseaux de gels à la surface de la peau. Le pétrolatum (vaseline), les cires végétales ou animales, les matières grasses ou les huiles de silicone procureront à la peau une barrière de protection.

La meilleure crème n'est surtout pas la plus coûteuse, selon le docteur Ricard: «Théoriquement, une crème à 10\$ est aussi bonne qu'une autre à 100\$. Beaucoup d'argent est consacré au design du petit pot, à l'emballage et à la publicité. La meilleure crème est celle que vous trouvez efficace, qui ne vous cause

# Sommes-nous protégés par Santé Canada ?

La revue *Protégez-vous* rapporte qu'aux États-Unis, la Consumer Safety Commission exige que les compagnies avisent le gouvernement des plaintes relatives à la sécurité des produits. Au Canada, rien n'oblige les fabricants à informer le gouvernement de ces incidents. De plus, aux États-Unis, les rappels de produits de consommation dangereux (véhicules, aliments, médicaments, produits cosmétiques) sont rassemblés dans un même site ([www.recalls.gov](http://www.recalls.gov)). Au Canada, il faut faire des recherches dans plusieurs sites selon les produits, et ce, si jamais le rappel a été publié, ce qui n'est pas nécessairement le cas.

pas de réactions désagréables et qui vous coûte le moins cher.»

## Les produits démaquillants

En ce qui concerne les lingettes démaquillantes, elles ressemblent aux produits pour nettoyer les fesses des bébés,

pourtant, on les vend de deux à dix fois plus cher l'unité. Une lingette matin et soir coûtera environ 220 \$ par année, selon *Protégez-vous* et un bon nettoyage peut en exiger plusieurs. Il est si simple et économique d'employer de l'eau, du savon ou une émulsion nettoyante avec une débarbouillette ou un gant de bain, lavables et réutilisables.

## Peau d'homme, peau de femme

Le saviez-vous? Il n'y a pas de différence entre la peau des hommes et celle des femmes! Il est vrai que la lame des rasoirs sur le visage des hommes fait épaissir leur peau, mais «aucune étude n'a réussi à prouver qu'il y avait une différence dans la constitution du derme d'un homme et d'une femme», selon Lucie Germain, médecin et professeure au Département de chirurgie de l'Université Laval. Or, les cosmétiques pour hommes coûtent souvent moins cher que les cosmétiques pour femmes, pour des raisons de marketing. Si certains cosmétiques pour homme vous plaisent, ne vous en privez pas!

## Le miroir à deux faces

L'utilisation régulière de produits cosmétiques, colorants et autres produits capillaires, crèmes ou parfums par exemple, peut-elle être nocive pour la santé? Il serait souhaitable de se poser la question plus souvent. En effet, la peau absorbe les produits que nous lui appliquons. Alors que

nous sommes en général vigilantes sur la qualité des produits alimentaires que nous consommons, curieusement, nous faisons moins de cas de celle des produits de soins et des parfums.

Une majorité de produits cosmétiques contiennent des ingrédients toxiques dont les effets n'ont pas systématiquement été vérifiés. Comme pour les médicaments dans le domaine pharmaceutique, la majorité des recherches sur les produits de beauté sont contrôlées par l'industrie. De plus, les résultats ne sont pas toujours clairs. Dans le doute, il serait plus prudent d'appliquer le principe de la vigilance.

Les preuves s'accumulent depuis quelques années pour conclure à des effets inquiétants de certaines substances que renferment les produits de beauté sur la santé et sur l'environnement. Pourtant, signale Greenpeace France, qui s'intéresse particulièrement à ce dossier, les résultats de ces études ne sont pas communiqués au public. Les cosmétiques ne sont pas les seules sources d'exposition à ces polluants. Ainsi, différents produits ménagers, comme les savons et détergents en



# Quelques statistiques

• Selon la revue *Protégez-vous*, les produits colorants pour les cheveux représentaient des ventes de 7 milliards de dollars US et 150 millions de dollars en 1999 au Canada.

• La *Gazette des femmes* rapporte qu'en 2003, 85 % de la clientèle des chirurgiens esthétiques était féminine au Canada. Plus de 100 500 interventions telles que l'injection de Botox, la reconstitution du nez ou la liposuccion ont été pratiquées cette année-là, une hausse de 16 % par rapport à l'année précédente.

• Selon Euromonitor, au Canada : les ventes de l'industrie des produits de beauté sont passées de 4,1 à 5,3 milliards de dollars entre 1997 et 2001. Euromonitor est une multinationale qui fournit des informations et des statistiques sur les marchés internationaux par pays et par type de produits de consommation ([www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)).

contiennent. Au fil des ans, ces différentes substances peuvent s'accumuler dans l'organisme. De plus, elles agiraient en synergie, c'est-à-dire que leurs effets se multiplient par le seul fait d'entrer en contact les unes avec les autres.

Une enquête récente de la composition chimique de 36 parfums, commandée par Greenpeace France, révèle la présence de phtalates et de muscs synthétiques, reconnus pour contaminer le sang et le lait maternel. De plus, certains muscs sont des perturbateurs du système hormonal. Selon une autre enquête indépendante, commandée aux États-Unis par l'Environmental Working Group (2002), on dénote la présence des phtalates dans 52 des 72 produits testés. Ce sont les crèmes pour les mains et le corps, désodorisants, parfums, produits capillaires comme les gels, mousses et fixatifs. En ce qui concerne les colorants capillaires, des études recensées par *Protégez-vous* ont conclu à des effets cancérigènes de certains produits. Le docteur Samuel S. Epstein, expert scientifique sur le cancer et fondateur de la Cancer Coalition Prevention aux États-Unis, croit pour sa part que l'usage précoce et pro-

longé de teintures à cheveux foncées fait partie des douze risques associés au cancer du sein. Les teintures naturelles seraient sans danger.

## Un choix éclairé

En définitive, la recherche est compliquée par le nombre d'ingrédients que renferment les produits cosmétiques, sans oublier l'enjeu de l'indépendance des recherches. Pour faire un choix

éclairé, il vaut mieux appliquer un sage « principe de précaution » et utiliser ces produits avec modération. Pour les peaux sensibles ou pour prévenir les effets indésirables, il est préférable de choisir un produit non parfumé et contenant un minimum d'ingrédients. Et n'oublions pas : le prix n'est pas garant de la qualité! ●

### Références :

DEGLISE, Fabien (2002).

« Cosmétiques pour hommes : On veut votre peau ! », *Protégez-vous* (décembre), p. 26-27.

DUSSAULT, Stéphan (2004).

« Rappels à l'ordre », *Protégez-vous* (juin), p. 43

ENVIRONMENTAL WORKING GROUP (2002). Not Too Pretty. Phtalates, Beauty Products & the FDA, EWG, 20 p. Rédaction : Jane Houlihan, Charlotte Brody et Bryony Schwan.

GOBEIL, Julie (2000). « La cour des miracles », *Protégez-vous* (juillet), p. 13-17.

GOBEIL, Julie (2003). « Lingettes démaquillantes : Ça vaut le coût ? », *Protégez-vous* (mai), p. 33-35.

GREENPEACE FRANCE (2005). Un parfum de scandale. Une enquête sur la composition chimique de 36 eaux de toilette et eaux de parfum. Greenpeace France, 16 p. Accessible sur Internet : [www.greenpeace.fr](http://www.greenpeace.fr)

LAPLANTE, Sylvie (2003). « Au-delà des apparences », *Protégez-vous* (janvier), p. 8-11.

NOËL, Lisa Marie (2005). « Être parfaite, partout partout », *La Gazette des femmes* (mars-avril), p. 8.

PARÉ, Isabelle (2004).

« Le décès de Micheline Charest ravive l'inquiétude du public : Les risques de la chirurgie plastique », *Le Devoir* (16 avril).

PLAMONDON, Isabelle (2001).

« Teinture pour cheveux : Danger ? », *Protégez-vous* (octobre), p. 38-41.

RQASF (2001a). Changements sociaux en faveur de la diversité des images corporelles, Rapport, RQASF.

RQASF (2001b). Reflets troublants de l'image de la femme de l'an 2000, RQASF.

RQASF (2003). Chirurgie esthétique... du rêve au cauchemar, RQASF.

Sites Internet :

Cancer Prevention Coalition (Dr Samuel S. Epstein) :

<http://www.preventcancer.com/>

Réseau québécois des femmes en environnement (RQFE), dont la mission est notamment de transmettre des informations sur la santé des femmes et l'environnement :

<http://www.rqfe.org/>

## BUDGET BEAUTÉ

Selon l'article **Combien pour être belle?** paru, en janvier 2005, dans le bulletin électronique **Art de vivre** du site CANOË, le budget beauté annuel d'une femme peut atteindre facilement plusieurs milliers de dollars. Dans cet article, les dépenses d'épilation, de soins du visage et des cheveux ont été évaluées entre 850\$ et 7 400\$ selon que l'on soit du type **Simplicité volontaire** (celles qui recherchent le meilleur rapport qualité-prix et qui fréquentent peu ou pas les salons de coiffure et instituts de beauté) ou du type **Le grand jeu**. Entre les deux, il y a toutes les autres. Et vous, à combien s'élèvent vos dépenses beauté?

**Votre estimation avant calculs: \_\_\_\_\_\$**

Soins du visage	Mois	Année
démaquillant		
lotion tonique		
exfoliant		
crème de jour		
crème de nuit		
soin contour des yeux		
masque		
soin spécifique (traitement)		
sérum ou concentré		
eau en aérosol		
tampons de coton		
nettoyage facial en institut		
autres		
<b>Total:</b>		

Soins des cheveux	Mois	Année
shampooing		
revitalisant		
traitement		
masque capillaire		
fixatif		
mousse coiffante		
gel coiffant		
coloration maison		
coloration au salon de coiffure		
mèche ou balayage		
coupe		
mise en plis		
soin spécifique (traitement)		
autres		
<b>Total:</b>		



Épilation	Mois	Année
rasoirs jetables		
mousse à raser		
crème épilatoire		
séances d'épilation en institut (demi-jambes, aisselles, bikini, autre)		
autres		
<b>Total:</b>		

## BUDGET BEAUTÉ (SUITE)

<i>Soins corporels</i>	<i>Mois</i>	<i>Année</i>
crème ou lait hydratant		
lotion parfumée		
soin spécifique (traitement)		
bain de boue		
bain d'algues		
autres		
<i>Total:</i>		

<i>Manucure/ pédicure</i>	<i>Mois</i>	<i>Année</i>
dissolvant		
lime		
polissoir		
crème hydratante/émollient		
vernis		
vernis durcisseur		
vernis hydratant		
pose d'ongles et entretien en institut		
autres		
<i>Total:</i>		

<i>Bronzage</i>	<i>Mois</i>	<i>Année</i>
lotion solaire		
lotion après-soleil		
lotion autobronzante		
séance au salon de bronzage		
autres		
<i>Total:</i>		

<i>Produits de maquillage</i>	<i>Mois</i>	<i>Année</i>
ombre à paupières		
crayon surligneur		
mascara		
crayon à sourcils		
cache-cernes		
rouge à lèvres		
crayon contour		
gloss à lèvres		
fond de teint		
fard à joues		
autres		
<i>Total:</i>		

<i>Autres</i>	<i>Mois</i>	<i>Année</i>
<i>Total:</i>		

***Votre grand total annuel, après calculs: \_\_\_\_\_ \$***

Le total vous surprend : pas du tout, un peu, beaucoup, énormément?

Est-ce que vos dépenses annuelles correspondent à ce que vous aviez estimé?

Quoi qu'il en soit, l'important est de savoir où va son argent! Ainsi, il est plus facile de prendre des décisions éclairées.

# RQASF

## RÉSEAU QUÉBÉCOIS D'ACTION POUR LA SANTÉ DES FEMMES

Le Réseau québécois d'action pour la santé des femmes (RQASF) est un organisme provincial multidisciplinaire dont la mission est de travailler à l'amélioration de la santé physique et mentale des femmes, ainsi que de leurs conditions de vie. Notre organisme regroupe plus d'une centaine de membres associatifs et plus d'une cinquantaine de membres individuels.

RÉSEAU QUÉBÉCOIS  
D'ACTION  
POUR LA SANTÉ  
DES FEMMES



Nous travaillons sur la question de l'image corporelle des femmes depuis 1998. Au début, nous étions surtout préoccupées par la discrimination liée aux formats corporels et comment celle-ci s'intériorisait chez les femmes et socialement, soit par l'obsession de la minceur et l'oppression de la grosseur. Toutefois, au cours des années, il est devenu évident que la question du poids ne représentait qu'une des nombreuses facettes de la servitude dans laquelle les femmes sont maintenues lorsqu'il est question de leur corps. Nous avons donc pris l'initiative d'élargir la question à celle plus globale de

l'image corporelle des femmes, un problème social profond et complexe qui soulève des enjeux sérieux pour la santé des femmes.

La production de ce guide d'action a été rendue possible grâce au dynamisme, à l'engagement et à la grande implication des membres du comité, de nombreuses collaboratrices et des travailleuses du RQASF.

Pour en savoir plus, consultez notre site Internet:  
[www.rqasf.qc.ca](http://www.rqasf.qc.ca)

# RESSOURCES À CONNAÎTRE

## **Centrale des syndicats du Québec**

[www.csq.qc.net](http://www.csq.qc.net), Cliquez sur la rubrique société et ensuite sur la rubrique femmes.

## **Centre d'Éducation et d'Action des Femmes**

2422, boul. de Maisonneuve Est, Montréal  
(514) 524-3901

## **Centre de santé des femmes de l'Estrie**

(819) 564-7885  
Site Internet : [www.csfestrie.qc.ca](http://www.csfestrie.qc.ca)

## **Centre des femmes de Verdun**

(514) 767-0384  
Courriel : cfemver@qc.aira.com.

## **Centre Femmes d'aujourd'hui**

(418) 651-4280  
Courriel : c.f.a@oricom.ca.

## **Chaire d'étude**

### **Claire-Bonenfant sur la condition des femmes**

Secrétariat  
Bureau 1475 De Koninck  
Université Laval, Ste-Foy  
Qc, G1K 7P4  
(418) 656-2922  
Courriel : ceful@fse.ulaval.ca  
Site Internet : [www.fss.ulaval.ca/lef/chaire](http://www.fss.ulaval.ca/lef/chaire)

## **Coalition Corps-Accord**

(514) 525-4272  
Site Internet : [www.corpsaccord.com](http://www.corpsaccord.com)

## **Collège des médecins du Québec**

(514) 933-4441 1-888-MÉDECIN  
Site Internet : [www.cmq.org/](http://www.cmq.org/)

## **Conseil du statut de la femme**

Courriel : csf@csf.gouv.qc.ca  
Site Internet : [www.csf.gouv.qc.ca](http://www.csf.gouv.qc.ca)

## **Équilibre**

Groupe d'action sur le poids  
(514) 270-3779  
Site Internet : [www.equilibre.ca](http://www.equilibre.ca)

## **La Meute québécoise contre la publicité sexiste**

Courriel : meutequebecoise@sympatico.ca  
Site Internet : [www.lameute.org/lameute.html](http://www.lameute.org/lameute.html)  
Cliquez sur La Meute québécoise contre la publicité sexiste.

## **Les Éditions Sisyphe**

450-222-1592  
Courriel : editions\_sisyphe@yahoo.ca  
Site Internet : [www.sisyphe.org](http://www.sisyphe.org)

## **Les Sans Diètes inc.**

(450) 625-2601  
[www.lessansdietes.com](http://www.lessansdietes.com)

## **Le Y des femmes de Montréal**

(514) 866-9941, poste 232  
Site Internet : [www.ydesfemmesmtl.org](http://www.ydesfemmesmtl.org)

## **MédiAction**

Jeanne Maranda  
(514) 271-5704  
Courriel : jmarand@cam.org  
Site Internet : [www.lameute.org/lameute.html](http://www.lameute.org/lameute.html)

## **Les normes canadiennes de la publicité**

4823, rue Sherbrooke Ouest, Bureau 130  
Montréal (Québec) H3Z 1G7  
Télécopieur : (514) 931-2797  
Courriel : info@normespub.com  
Site Internet : [www.adstandards.com/fr](http://www.adstandards.com/fr)

## **Option-Consommateurs**

Montréal (514) 598-7288  
Ailleurs au Québec  
1 888 412-1313  
Courriel : info@option-consommateurs.org  
Site Internet : [www.option-consommateurs.org](http://www.option-consommateurs.org)

## **Québec-Plus**

(514) 836-7587 (PLUS)  
Site Internet : [www.quebec-plus.com](http://www.quebec-plus.com)  
Courriel : info@quebec-plus.com

## **Réseau Éducation-Médias**

(Programme français)  
(514) 844-2565  
Sans frais : 1-800-814-5818  
Courriel : infos@education-medias.ca  
Site Internet : [www.education-medias.ca](http://www.education-medias.ca)

## **Réseau québécois d'action pour la santé des femmes**

(514) 877-3189  
Site Internet : [www.rqasf.qc.ca](http://www.rqasf.qc.ca), sous la rubrique « Dossier Image corporelle ».

## **Table communautaire intersectorielle en santé des femmes et dépistage du cancer du sein de Relais-femmes**

(514) 878-1212 poste 212

## **Ressources spécialisées en violence conjugale**

### **Regroupement provincial des maisons d'hébergement et de transition pour femmes victimes de violence conjugale :**

Les maisons offrent gratuitement des services de consultation externe.  
Site Internet : [www.maisons-femmes.qc.ca](http://www.maisons-femmes.qc.ca)

### **L'R des Centres de femmes**

[www.rcentres.qc.ca](http://www.rcentres.qc.ca)

### **SOS Violence Conjugale**

Pour connaître la ressource appropriée la plus près de chez-vous.  
Région de Montréal  
(514) 873-9010  
Ailleurs au Québec : 1-800-363-9010

### **Le CLSC le plus près de chez-vous.**



# Audacieuses

## Coordination du comité Image corporelle

Sylvie Roche  
Lise Lamontagne

## Comité de rédaction

Fannie Dagenais  
Marie-France Lalancette  
Renée Ouimet  
Ève-Marie Pouliot  
Diane Prud'homme  
Sylvie Roche  
Lina Vaillancourt

## Collaboratrices à la rédaction

Marie-Claude Bourdon  
Maude Desjardins  
Lise Goulet  
Pascale Guéricolas  
Lise Lamontagne  
Isabelle Mimeault  
Danielle Stanton  
Mélanie Saint-Hilaire  
Françoise Tougas

## Soutien technique

Johanne Frenette (références, recherche Internet)

## Révision, correction

France Doyon  
France Frenette  
Lyne Rouillé

## Direction artistique et photo

Alain Roy

## Design graphique

ATTENTION design+communication

## Photographies

André Caty

## Illustrations

Daniel Rainville

## Impression

Imprimeries Transcontinental

## Distribution

Avec le magazine *Châtelaine*, vol. 46, no. 11, novembre 2005, en kiosque seulement.

Les opinions exprimées dans ce document ne traduisent pas nécessairement le point de vue de nos partenaires financiers. Nous les remercions pour leur soutien.

Toute reproduction des articles publiés dans le magazine *Audacieuses*, le *défi d'être soi* est autorisée à la condition d'en citer la source.

Ce document a été réalisé par le RQASF en collaboration avec le Groupe d'éducation-santé du Québec.

## Dépôt légal

Bibliothèque nationale du Québec, 2005  
Bibliothèque nationale du Canada, 2005

ISBN 2-923269-06-3

©2005, RQASF

## Remerciements

Le Réseau québécois d'action pour la santé des femmes remercie chaleureusement toutes les personnes qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation du présent magazine. Leurs réflexions, leur implication et, avant toutes choses, leurs convictions nous ont permis de produire ce guide d'action qui, nous en sommes convaincues, aidera plusieurs femmes à relever le défi d'être soi.

Le Réseau québécois d'action pour la santé des femmes remercie de leur soutien financier :

**Condition féminine Canada**  
**Programme de promotion de la femme**  
**Fondation Solstice**

**Ministère de la Santé et des**  
**Services sociaux du Québec**

**Fédération des infirmières et**  
**infirmiers du Québec (FIIQ)**  
**Fédération des travailleurs et**  
**travailleuses du Québec (FTQ)**  
**Ministère de la Famille, des Aînés et**  
**de la Condition féminine du Québec**

**Alliance de la fonction publique du Canada,**  
**région du Québec**  
**Comité régional des femmes Bas-Saint-Laurent**  
**Syndicat de la fonction publique du Québec (SFPQ)**



*Membres du comité  
Image corporelle du RQASF,  
2004-2005*  
De gauche à droite Mesdames  
Lina Vaillancourt,  
Diane Prud'homme,  
Fannie Dagenais,  
Renée Ouimet.  
Au centre, Ève-Marie Pouliot

# ***Audacieuses***

***www.rqasf.qc.ca***

*le défi d'être soi*